

# 針對日本企業來台上市暨台灣證券交易市場概要

2013年12月11日

台灣野村總研諮詢顧問（股）

目片芽輝 總監

台北市敦化北路168號10F-F室



# 目次

---

1 · 台灣產業概況對於日本企業之優越性

2 · 台灣證券交易市場的概況

3 · 台灣證券交易所TDR發行概況

## 台灣的基本資料

面積與九州相當的土地上擁有2,300萬人口，每年有250萬人口往返於台日之間

■ 以台灣島為中心的領土由中華民國政府所統治。

- 國土（台灣本島與週邊島嶼、澎湖群島）面積約36,000km<sup>2</sup>。（約較九州本島稍小）
- 人口は約2,300萬人。其中98%為自中國大陸遷移來台的漢人及其後代、2%為原住民。
- 儘管與日本的人口相差5倍以上，台灣到日本的出國人數卻高於日本來台的入境人數。

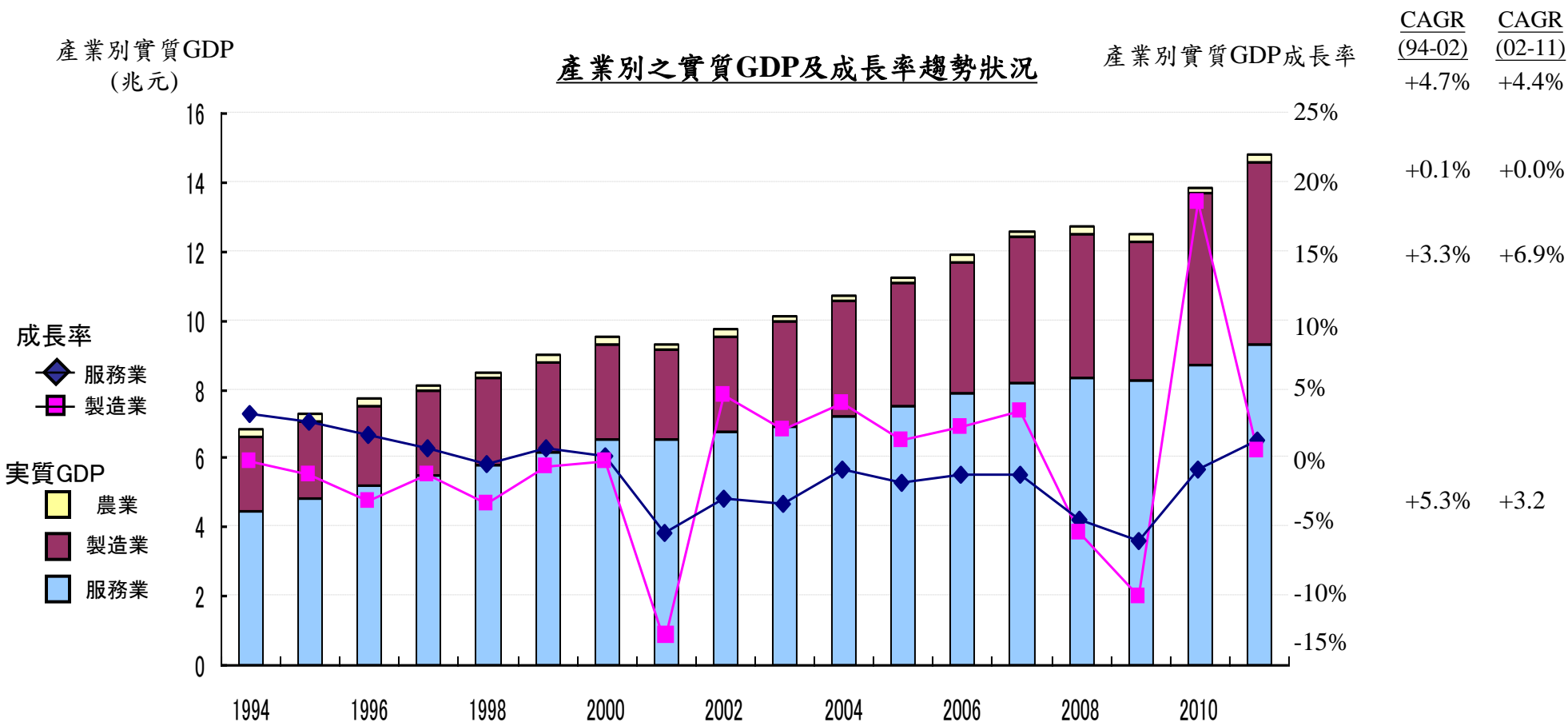
### 台灣的基本資料

	國名	中華民國（1912年10月10日建國）（※國民政府於1949年遷台）
	國號	「民國」（西元2010年＝民國99年）
	首都	台北市（人口約263萬人）
	主要都市	高雄市（約152萬人）、台中市、台南市、基隆市
	面積	約36,200平方公里（略小於九州）
	人口	約2,331萬人（2012年12月現在） 漢民族98%（外省人13%、本省人85%）、原住民2%
	通貨	新台幣（NTD） 1NTD＝約3.35日圓（2013年10月16日現在）
	名目GDP	4,827億美元（2013年推估、1NTD＝0.03美元）
	1人当たり名目GDP	18,603美元（2013年推估）
	在留邦人数	12,144人（2013年8月現在）
日系企業数	台北市日本工商會會員企業 431家（2013年） 台中日本人會法人會員數 46家（2011年） 高雄日本人會法人會員數 85家（2011年）	
日本との間の旅客数	日本人訪台人數144萬人（2012年） 台灣人至日本出境人數 156萬人（2012年）	

# 台灣的經濟結構

台灣的實質經濟成長率維持在4.5%左右，起因於2000年代以來受到製造業起飛而產生的特殊經濟結構，目前台灣政府正積極發展、引進與服務業相關的技術

- 台灣的經濟成長在2001年和2009年受到IT泡沫化及金融海嘯的影響呈現負成長之外，其他時間均呈現穩定成長。
- 台灣以第三級產業（服務業）與第二級產業（製造業）為中心，90年代是由第三級產業帶領台灣經濟成長，在2000年以後，第二級產業的成長力道有增強的趨勢。



## 台灣政府的經濟發展策略

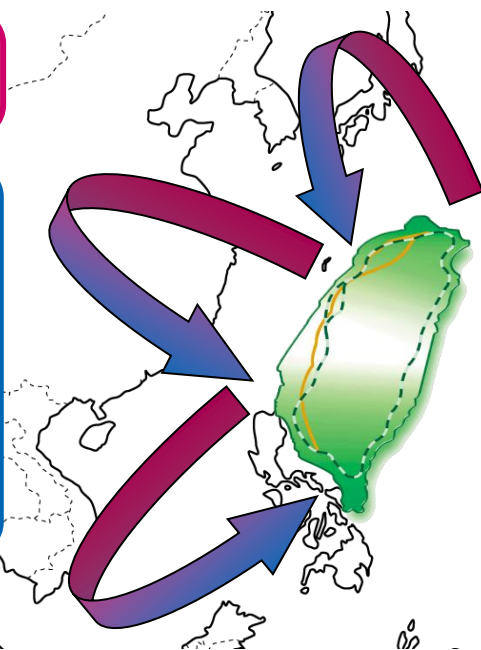
台灣內需市場成長有限，近年來，台灣政府為吸引中國及東南亞人才、貨物和資金回流，積極提出相關經濟改革方針以促進出口經濟成長

- 台灣在人口成長趨緩和製造業外移的情況下，促進生育或限制企業對外投資等擴大內需和維持國內產業的政策已不足以維持成長，政府因而採取以大中華圈為中心，刺激台灣與鄰近各國間的人才、貨物和資金順利流動的政策。
- 因此，積極採取包括貿易自由化、投資限制鬆綁、營所稅與遺產稅的調降等政策，並擴建國際機場與港灣。

### 倚靠加強對外關係力圖成長的台灣經濟

- ◆ 台灣企業對外投資增加
- ◆ 貨品、服務出口增加

- ◆ 促進外國（中國）企業或投資基金來台投資或上市
- ◆ 促進在海外（中國）的台灣企業回流或返台上市
- ◆ 吸引分散於海外的台灣人金融資產回台投資
- ◆ 開放中國觀光客來台



#### ● 限制鬆綁

- ✓ 與中國締結ECFA、與他國商談FTA簽訂
- ✓ 對大陸投資/陸資來台投資鬆綁
- ✓ 放寬外資企業在台上市規定
- ✓ 開放陸客來台

#### ● 稅制改革

- ✓ 調降營所稅、遺產稅

#### ● 基礎建設

- ✓ 愛台十二建設
  - 擴建桃園機場、松山機場開放國際線
  - 整建高雄港、新建台北港

#### ● 產業支援

- ✓ 6大六新興產業（綠能、生技、醫療照護、觀光、文化創意、農業）
- ✓ 4大新興智慧產業（雲端運算、智慧電動車、智慧綠建築、專利產業化）

## 自由經濟示範區（1）

今年七月開始的自由經濟示範區是台灣政府最重要的經濟政策之一，主要目的是吸引海外資金、需求投資

- 一直以來，出口與海外投資的增長維繫了台灣強大的經濟實力，為了增加海外的需求與投資，政府打出全新的「自由經濟示範區」方案；也可說是要讓至今為止自台灣流出海外之資金、人才、貨物能自海外回流到國內的一種政策。
- 為了能夠吸引海外之資金、人才、貨物，政府有必要大膽的鬆綁制度與提供激勵措施，但考量此舉對目前在國內經營之企業與相關人等的影響，在台灣全境實施有所困難。有鑑於此，「自由經濟示範區」將作為「特區」設置，制度鬆綁與激勵措施之實施也將在此特區中執行。

### 自由經濟示範區的概要

區位規劃	第1期： 6港灣1空港（基隆港、臺北港、臺中港、高雄港、蘇澳港、桃園航空城、安平港）
	第2期（於特別條例立法通過後啟動）： 第二階段示範區可由中央規劃或地方申設
主管機關	初期階段為經濟部（之後未定）
計畫時程	<ul style="list-style-type: none"><li>• 第1期於2013年7月底開始推動</li><li>• 4/26的行政院內閣會議通過自由經濟示範區草案，協助成立專案團隊執行</li><li>• 預計於2013年成立特別條例法</li></ul>

## 自由經濟示範區（2）

### 企業於「特區」內可享有多樣的優惠措施，包含優惠稅制、制度鬆綁等

#### 推動自由經濟示範區之具體措施

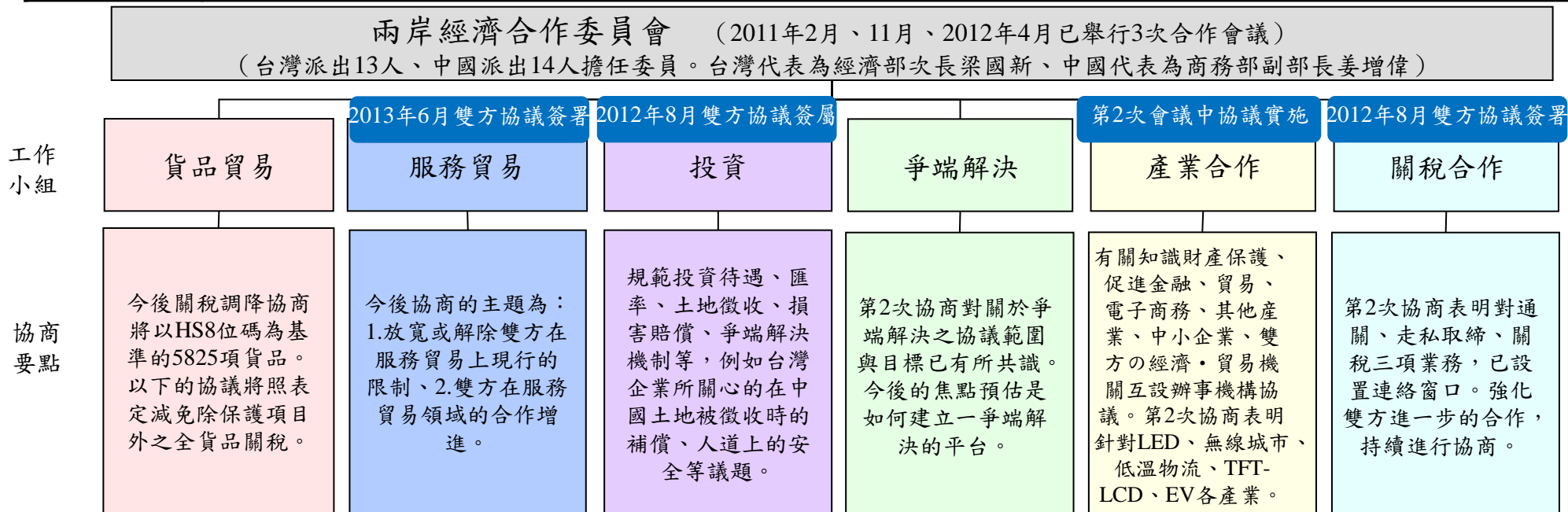
促進人員、商品與資金自由流動	人才出入自由化—放寬外國籍（包含中國大陸人民）人才之雇用限制，以及區內中國大陸人民之來台上限數與短期居留限制
	商品流動自由化—農工原料及貨品免稅並自由輸入
	資金流動自由化—區內事業資金得自由移動，外國人不涉及新臺幣之金融需求，可透過國際金融業務分行（OBU）提供服務
開放市場接軌國際	放寬白領專業人士來臺工作（居留）限制
	放寬投資限制（通信業等精緻產業除外）
打造友善租稅環境	吸引臺商及外商加強投資—區內進行之實質投資若適用經濟部海外事業獎勵辦法可予免稅
	協助企業取得專利及技術—符合條件者可予免稅
	外國籍（包含中國大陸人民）專業人才來台獎勵—符合條件者可予所得稅優惠
	企業研究與開發獎勵—符合條件者可予租稅優惠
	跨國企業來臺設立區域營運總部獎勵—符合條件者可想營所稅優惠
提供便捷土地取得	加強土地取得時效—公有土地撥用、私有土地徵收、區內土地「租售並行」、關於重大建設可免去行政院之重複審查
	加速用途變更審查—審查一級一審、彈性土地使用管制，簡化現有土地用途變更手續，免去環境評估
建置優質營運環境	單一窗口
	園區申設、開發及營運之機關得設置作業基金
	建置產業發展所需公共建設
	提供完備資訊基礎設施
推動四大重點產業(4+N)	智慧運籌（物流）—整合電子化雲端服務、促進各種服務模式、統合特區內外相關作業程序
	國際醫療—放寬經營限制並保障國民權益
	農業加值—促進特區內外契作栽培農業收入增加與推廣農業技術商品化模式
	產業合作—發展整合型產業，建立跨國合作

## ECFA的實施架構

ECFA為台灣與中國間的經濟合作協議，主要目的在於透過各種優惠措施以促進貿易及投資等各項目相關協議之實施

### ECFA的簡介與架構

定義	Economic Cooperation Framework Agreement：決定未來兩岸經濟關係的基本協議，相當於兩岸的EPA
簽署、實施	2010年6月29日在中國重慶舉行的江陳會談上由海基會與海協會的首腦進行簽署，9月正式生效，同年10月開放第一階段的服務貿易，2011年1月開始調降早收清單內貨品貿易項目關稅
內容	<ul style="list-style-type: none"> <li>成立兩岸經濟合作委員會，其下設置貨品貿易、服務貿易、投資保障、經濟合作等4個小組，分別針對各領域的制度規定進行協商</li> </ul>
對日本企業而言的預期效果	<ul style="list-style-type: none"> <li>由於貨品關稅調降及貿易限制鬆綁的期程均有明確時間表，日本企業能夠掌握兩岸之間經營環境的變化，此外，對於在台灣擁有生產據點的日本企業，也是擴大對中國出口的機會。</li> <li>由於未來台灣出口中國的規模可能擴大，對於出口電子機器的關鍵元件和化學原料至台灣的日本企業，未來商機也可能擴大。</li> <li>若中國開放服務業投資，以台日合作進軍中國的可能性也會增加。</li> </ul>





## ECFA服務貿易開放項目

ECFA服務貿易協定，新開放包含台灣64個項目、中國80個項目，因此，台灣將優先取得對中國貿易的優越地位及優先權

### ECFA服務業投資開放之概要

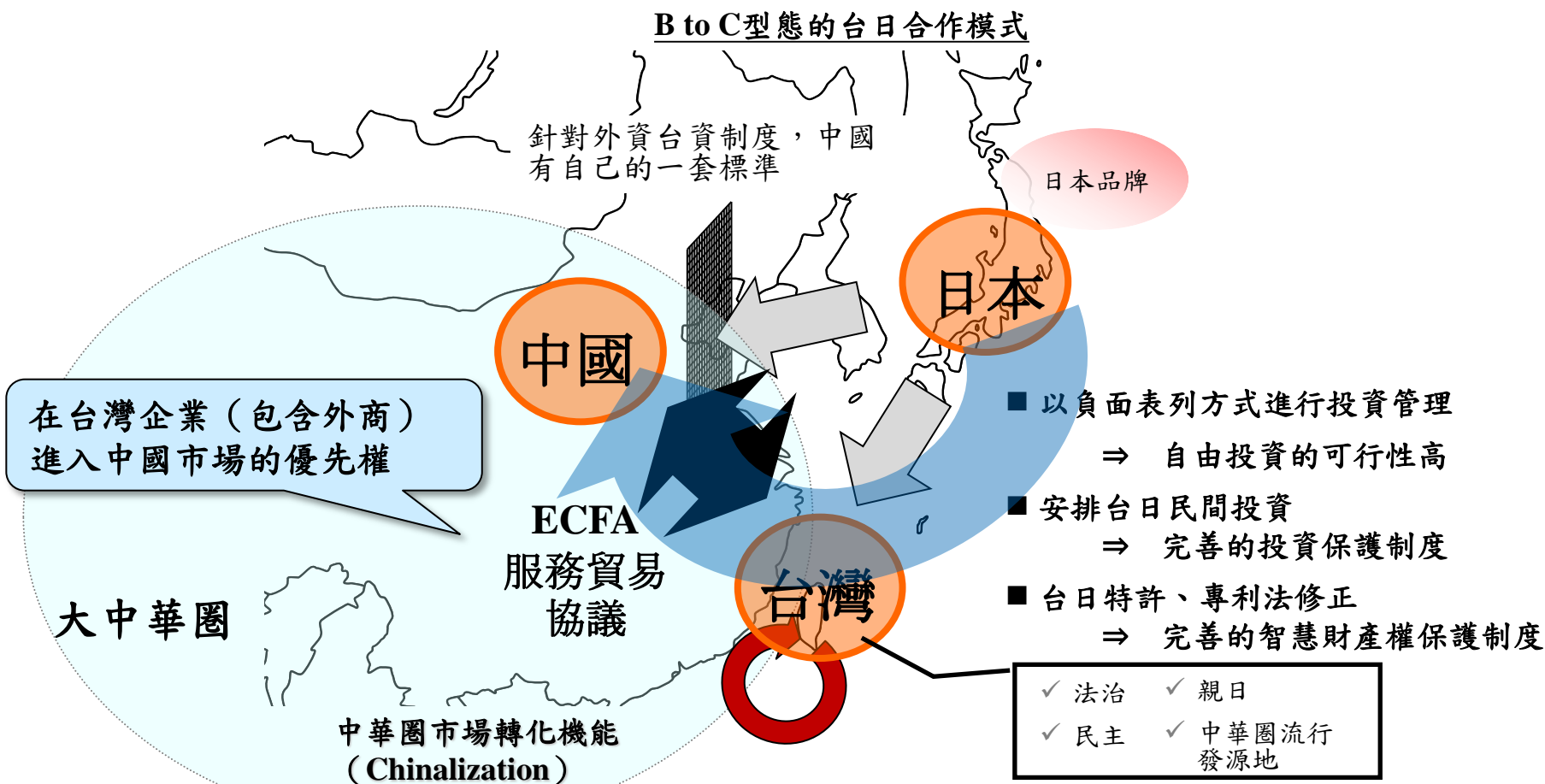
中國服務業投資開放之主要內容	台灣服務業投資開放之主要內容
<p>■ 金融以外（88項目）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 商業服務業：專業服務（會計、審計、代理記賬服務、建築設計服務、流程服務、集中處理服務、與電腦相關服務（軟體執行服務），房地產服務（徵收或基於契約之不動產服務），其他商業服務（市場調查和研究服務，技術測量和分析服務，建築物清潔服務，攝影服務，印刷相關之輔助服務，會議服務，展覽服務，複製服務，翻譯和口譯服務）</li><li>• 資通訊服務：電信服務、視聽服務</li><li>• 建築關聯的流程服務</li><li>• 銷售服務（批發服務，零售服務）</li><li>• 環境服務（排污服務，固體廢棄物處理服務，廢氣清理服務，降低噪音服務，自然和風景保護服務，以及其他環保服務，保健服務）</li><li>• 健康相關的服務及社會服務（診所服務、根據住房制度為老年人和殘疾人提供社會福利與非住房制度者提供社會福利）</li><li>• 旅遊及旅遊相關服務：旅行社及經營旅遊者</li><li>• 娛樂和文化及體育服務（文化娛樂服務，體育和其他娛樂服務）</li><li>• 運輸服務（海運服務，航空運輸服務，公路運輸服務，所有運輸方式之輔助服務）</li><li>• 其他服務（商標代理、葬儀施設）</li></ul> <p>■ 金融（3項目）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 保險及其他金融服務</li><li>• 銀行及其他金融服務</li><li>• 證券、期貨相關業務</li></ul>	<p>■ 金融以外（70項目）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 商業服務業：PC及其他相關之服務業（PC硬體安裝諮詢服務、軟體安裝服務、數據處理服務、資料庫服務）</li><li>• 設備租賃服務業（不含工作人員）：飛機出租、私用車出租、其他機器、設備之出租</li><li>• 其他服務業：廣告服務、市場研究服務、管理顧問服務、技術測試、分析服務、牧畜業之顧問服務、礦業服務、科技相關顧問服務、設備維護服務、建築物清潔服務、攝影服務、包裝服務、印刷及有關輔助服務、展覽服務、複製服務、翻譯和口譯服務、郵件列表編輯服務</li><li>• 資通訊服務：中國快遞服務、電信服務、第二類電信事業特殊業務、視聽服務、</li><li>• 建築關聯的流程服務：一般建築業之建築作業、一般土木工程之建築作業、安裝與組裝作業、建築物完工時及最終階段之維護作業、其他</li><li>• 銷售服務：貿易批發服務、零售服務、委託販售</li><li>• 環境服務：汙水處理服務、廢棄物處理服務、其他</li><li>• 健康及社會服務：診所服務、其他</li><li>• 觀光及旅遊服務：旅館及餐廳（觀光旅館、餐飲提供服務）、旅行社及旅遊服務</li><li>• 娛樂和文化及體育服務：娛樂服務、運動及其他娛樂服務、其他遊樂園及主題公園設置</li><li>• 運輸服務：海運服務（海運輔助服務、碼頭業、其他水上運輸補助業、經營貨櫃及倉儲、船舶管理、船舶維護）</li><li>• 航空服務：空運服務之販售與行銷（航空貨物倉儲經營）</li><li>• 道路運輸服務：旅客輸送、貨物輸送、道路輸送設備維護、道路輸送支援服務、纜車運輸服務、各種輸送與輔助服務（倉除服務、貨運代理）</li><li>• 其他：清潔及染色服務、護髮美容服務、殯儀館、火葬場、線上遊戲</li></ul> <p>■ 金融（3項目）</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• 保險及其他金融服務</li><li>• 銀行及其他金融服務</li><li>• 證券、期貨相關業務</li></ul>

## 台灣的「中華化」機能

為了活用台灣對中國貿易的優先權以及既有的良好投資環境等優勢，有越來越多的日本企業開始利用台灣以作為進入大中華圈市場的中繼站

■ 透過台灣市場能夠將日本的商品與服務針對中華圈的需求進行「中華化」(Chinalization)。

- 艾迴音樂 (Avex) 將台灣設定為華語音樂的創意中心，在中華圈市場銷售的音樂的製作、行銷、管理都在台灣進行。
- 雲雀國際 (SkyLark) 將台灣視為其進軍大中華圈的主要據點，將日本的Know-how移植到台灣，積極地在台灣培育人才。

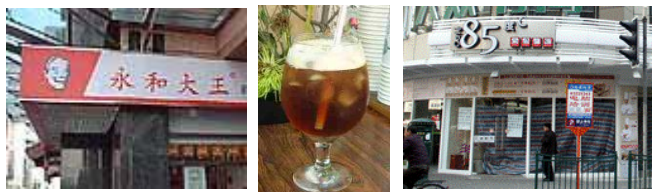


## 在中國市場活用的台灣企業及台灣人

# 在中國市場上，除了許多台灣企業經營知名品牌之外，台灣人也擔負相當重要的職位



- 中國北京的STARBUCKS是原本將麥當勞引進台灣之經營者所開設。而上海地區之STARBUCKS則是由台灣統一集團所設立（7-Eleven台灣）
- KFC與PIZZA HUT之地區負責人（華北、華東、華南等）大約有七成是台灣人



- 中式速食永和豆漿的連鎖展店模式也是從台灣所導入，爾後連鎖展店成為一種代名詞滲透中國，眾多的連鎖品牌亦開始出現
- 台灣的連鎖咖啡店品牌85°C和泡沫紅茶仍在中國市場持續擴大中



- 台灣所試行異業結盟所建構之頂級百貨品牌太平洋百貨在中國亦獲得大成功
- 台灣排名第二的量販店大潤發與法國合資並確立其在中國主流量販店之地位



### 自OEM轉型為自有品牌，並成為頂級女鞋品牌之永恩國際

- 永恩國際集團當初在中國以OEM模式開設工廠，而後開展自有女鞋品牌「達芙妮（DAPHNE）」，並成功切入中國中間層市場，成為中國女鞋市場中之頂級品牌。

### 經營童裝·兒童用品商店之麗嬰房

- 經營童裝與幼兒商品販售之麗嬰房在1993年推進中國市場，在中國除了自有品牌Les Enphants外，還售有Disney、Winnie the Pooh、New Balance等之童裝與童鞋，亦取得日本Pigeon的銷售代理。目前在台灣共有300家店面，在中國則有1887家店面。（2012年6月末）

## 台灣零售流通業者進入中國事例

# 台灣零售流通業者很早就開始積極地拓展中國市場，且已有多數業者都相當成功

台灣零售業者進出中國市場概況

業種別	品牌名稱	店鋪數	台灣企業名稱	概況
便利超商	7-11	1,925	統一超商	■由統一超商取得在上海地區之經營權，並獨資設立統一超商(上海)便利有限公司，現在於上海設有便利超商73家、在中國更開展Starbucks、Cold Stone、Afternoon Tea、Mister Donuts、Semeur de pain等280家店面
	Family Mart	979	頂新集團(頂全) 全家便利商店 (Family Mart)	■2004年和日本FamilyMart、伊藤忠合資開設「上海福滿家便利有限公司」、並在上海地區展店、現已覆蓋三大都市，上海(735家)、廣州(142家)、蘇州(70家)
百貨店	新光天地百貨	1	新光三越百貨	■2007年新光三越與北京華聯集團合資(各50%)設立、2010年營收達約48億RMB之紀錄，是中國百貨單一店鋪銷售之第二名(第一名是杭州大廈) ■現預定在北京以外之成都與蘇州獨資拓點，今後更以二・三線都市為發展目標
	太平洋百貨	11	遠東集團	■1993年於上海開設第一家店，2002年遠東集團自太平洋建設集團買下60%之股權、未來將以二・三線都市為發展目標
	遠東FE21百貨	6	遠東集團	■2010年遠東集團在中國獨資設立且營業額達60億RMB之百貨 ■遠東FE21百貨是遠東集團在中國除太平洋百貨外所開設之第二個百貨品牌
	群光廣場	3	藍天集團	■藍天集團為台灣NB之製造商，在中國開設百腦匯資訊廣場與群光廣場兩個品牌
	丹尼斯百貨	149	東裕集團	■1995年在河南省鄭州設立一號店 ■旗下共有百貨公司9家、量販店33家、便利超商107家
量販店	好又多	104	誠達集團	■1997年在廣州設立一號店、2007年沃爾瑪取得其65%之股權、2010年100%買購
	樂購	130	頂新集團	■1997年頂新集團獨資設立、2004年取得TESCO50%的股權、2006年取得TESCO額外40%之股權 ■於東北、華北、華東、華南等47個都市開設有百貨公司7家、量販店109家、便利超商14店(2012)
	大潤發(RT-Mart)	219	潤泰集團 (康誠投資股份有限公司)	■1998年在上海設立一號店、2002年和法國Auchen集團合資(Auchen佔67%) ■2010年之營收約為520億RMB、是外資零售商中最大的 ■同集團之喜士多超商也即將在上海地區成立達600家，目前在上海市的市佔率為第三名
DIY店 家具零售店	HOLA特力和樂家居	32	特力集團	■2004年在上海設立一號店、以華東地區為主，向華北、華南、西南部展店、設定一級都市為發展目標，現有門市已涵蓋14個都市

## 亦有多數日系服務業者是先透過台灣才開始逐步拓展中國市場

**Benesse**<sup>®</sup>

- 1989年設立台北分公司、推展兒童版巧連智、幼幼版巧連智等以兒童為導向之教育事業。在台灣有小孩子的家庭中每10戶就有1戶是巧連智（チャレンジ）的訂戶
- 目前為在中國・香港拓展而派遣**台灣的人才**、以提供展業訣竅與**相關支援**

**FamilyMart**

- 1988年在台灣設立本地公司。現在已有2299家分店（2008年9月）在台灣是第二大之便利超商品牌（2002年在台灣證券市場上市）
- 此外、伊藤忠商事、全家便利商店（台灣**FamilyMart**）、康師傅等更藉由合資進入中國市場、在上海、廣州、蘇州等地拓點



- 角川於1999年設立台灣國際角川並發行台北Walker創刊號,共15萬冊（TOKYO Walker30萬冊）。此外並以台灣為出發點、將日本的雜誌向華人圈推廣
- 在香港、中國等華人圈扮演以媒體事業為主要的角色

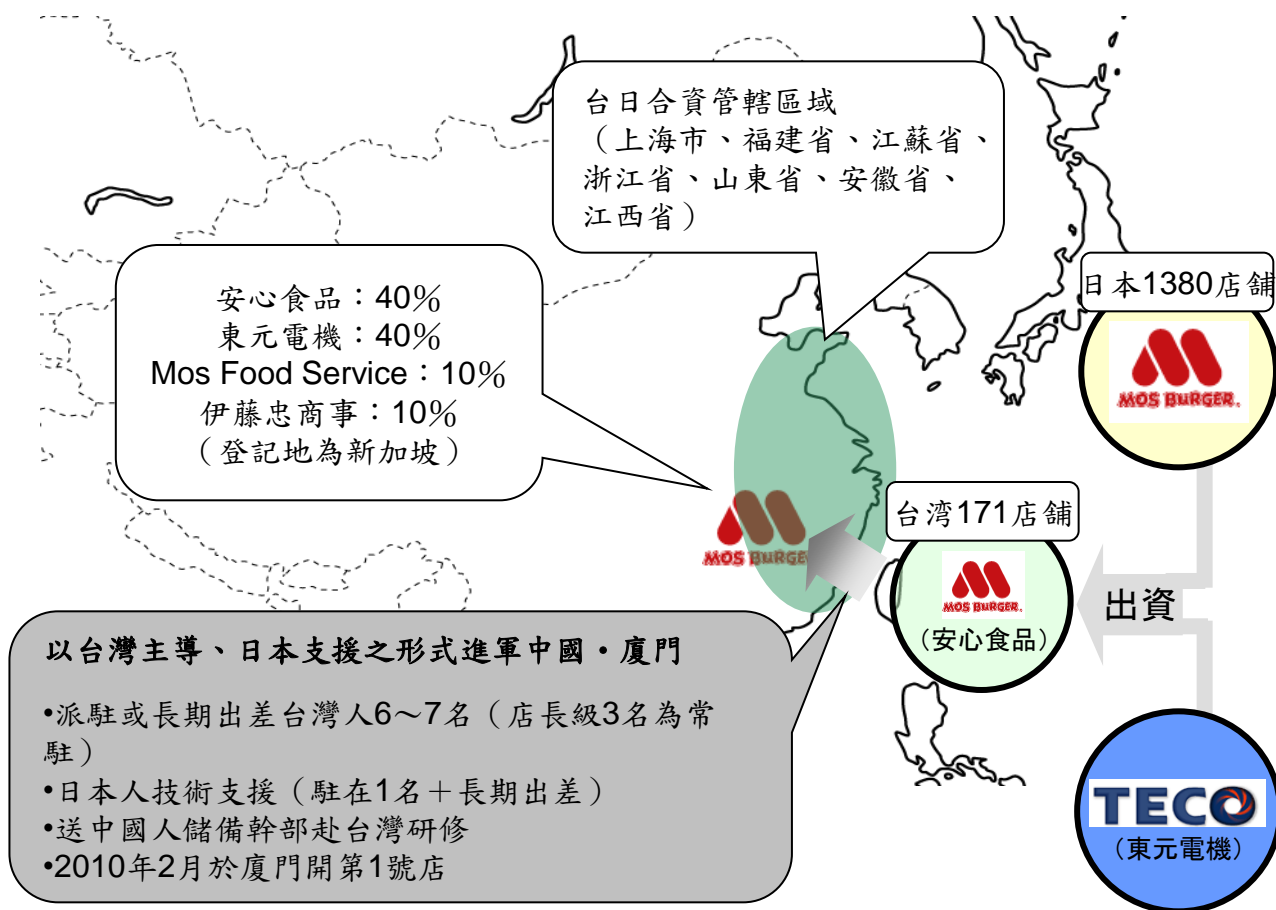
## 台灣為摩斯於海外各國中擁有最大店舖網，善用在台成功經驗，共同進軍中國市場

	摩斯漢堡 (日)	東元電機 (台)
資本額	114億日圓 (約42.2億元)	182億元
員工數	1038名	3600名
事業內容	專門漢堡連鎖店「摩斯漢堡」營運、其他餐飲事業等	綜合電機廠商。與日本企業合資，並擁有安川TECO motor engineering (北九州市)

### 摩斯漢堡沿革

1972年	成立Mos・Food・Service公司
1987年	開始銷售米漢堡
1990年	與東元電機合資，成立安心食品服務股份有限公司 (台灣摩斯漢堡)
1996年	東證一部上市
2010年	中國福建省廈門市於中國開設第一號店
2010年	台灣店家數達171家 (6月底)

### 以台灣據點為起點之摩斯進軍中國市場模型





## 透過台灣進入中國市場事例

龜甲萬善用台灣合作夥伴的資源，並以雙品牌戰略達成日台雙贏，攜手進軍中國市場

### 龜甲萬與統一企業之合作體制（台灣）

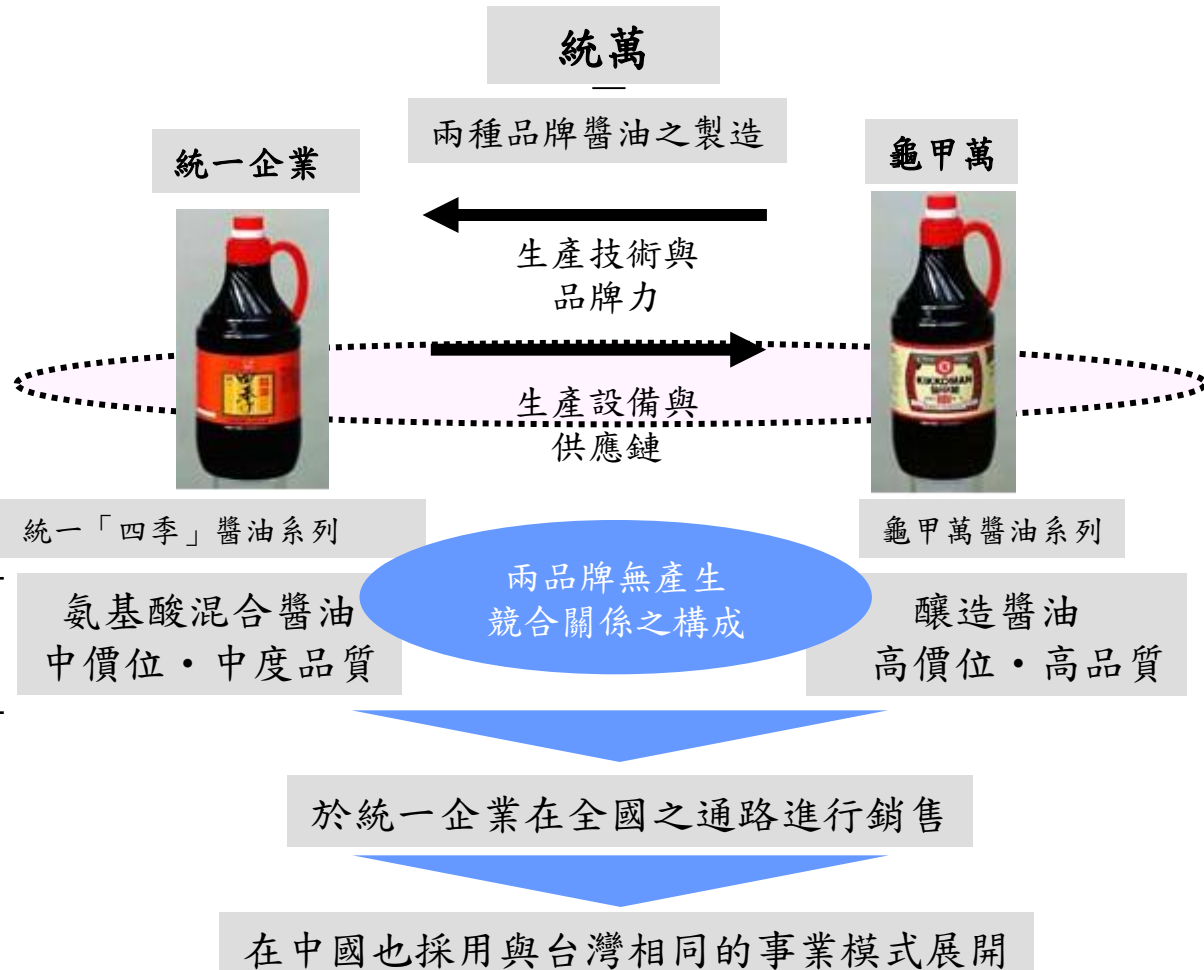
統萬



資本額	16億元
員工數	121名（含日籍3名）
事業內容	醬油製品之製造・銷售

#### 重大行動/發表

1990年	與統一企業合資，成立統萬
1994年	該公司之醬油工廠為台灣首家取得食品GMP 認證
2002年	龜甲萬與統一共同在中國・昆山設置子公司並支援工廠建置

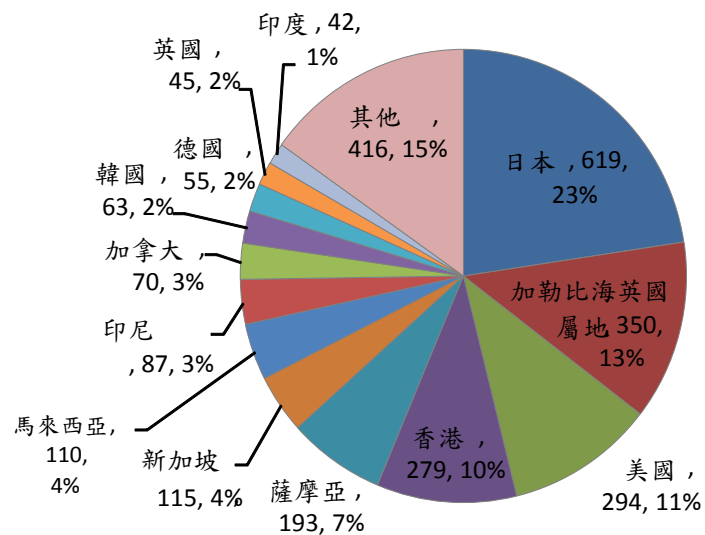


## 日本企業(業種別)對台投資現況

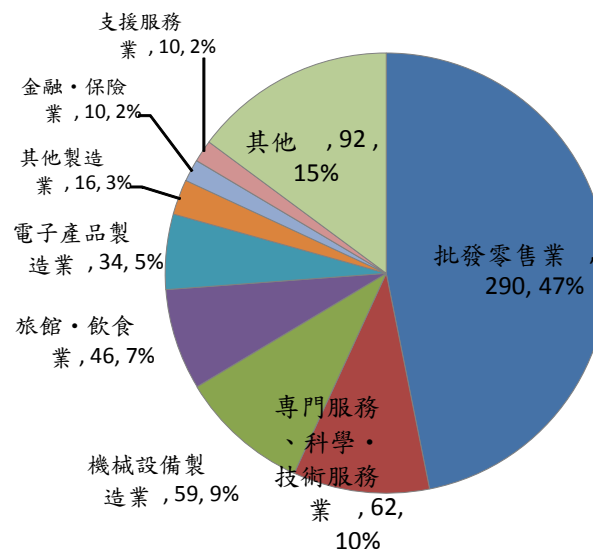
日本企業投資台灣主要以批發零售業、餐飲業等服務業者居多，近年來尤其是日本非製造業進入台灣市場有逐年增加的趨勢

- 2012年日本對台投資金額與件數都是第一名，顯示日本是台灣很重要的投資來源國。
- 2012年日本對台投資投資實績（619件、4億美元）、件數及金額最多者為批發零售業，佔整體投資件數近半數。
- 近年，專門服務業、飲食業等、非製造業的投資亦逐年增加。

國別對台投資金額與件數  
(2012)



業種別日本對台投資金額與比率  
(計619件：2012)





透過台灣進出海外市場的日本企業

台灣市場因為親日文化、距離日本近、市場規模等特色適合進行市場測試 (Test Marketing)，許多日本企業皆選擇台灣作為海外市場進出的優先選項

優先選擇台灣作為海外市場進出選項的日本服務業者

進出年次

1960	1980	1990	2000	2010~	
<ul style="list-style-type: none"><li>• Yakult</li><li>• 公文</li><li>• SECOM<ul style="list-style-type: none"><li>• 當地子公司於台灣上市</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Benesse</li><li>• 7-Eleven Japan</li><li>• FamilyMart<ul style="list-style-type: none"><li>• 當地子公司於台灣上市</li></ul></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• MOS BURGER</li><li>• Royal Host</li><li>• 重光產業</li><li>• SHIMAMURA</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Yamato Transport</li><li>• Yellow Hat</li><li>• SKYLARK</li><li>• 31冰淇淋</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Nitori</li><li>• Park24</li><li>• PRIMO</li><li>• 樂天</li><li>• SAZABY LEAGUE (Afternoon Tea)</li><li>• PanaHome</li><li>• 小學館</li><li>• 阪急百貨店</li><li>• Water Direct</li><li>• 網屋</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• BeachWalkers &amp; Staaa</li><li>• Sunfrontier不動產</li><li>• Tokai Communications</li><li>• Tomod's</li><li>• Plaza</li><li>• TSUTAYA</li><li>• United Arrows</li><li>• Ukai</li><li>• 塩屋(Ma-Suya)</li></ul>

# 台塑勝高科技在台灣上市以籌措資金，同時提升在台灣社會上的信用與員工的忠誠度

## 台塑勝高科技



資本額	70億元
員工數	870名 (含日籍17名)
年營業額	95億元 (2012年)
事業內容	半導體用矽晶圓製造

## 重大行動/發表

1995年	與台塑集團合資成立台塑勝高科技 (股)
1999年	雲林工廠開始投產
2006年	開始投產12吋矽晶圓
2007年	在台上市

## SUMCO在台灣上市之背景與效果

2007年12月上市  
籌措了39億元



提升員工之向心力  
 • 可隨意買賣手中股票  
 • 擁有「上市企業員工」地位

員工忠誠度  
提升



社會信用提升

離職率比同業其他公司  
大幅降低  
5%

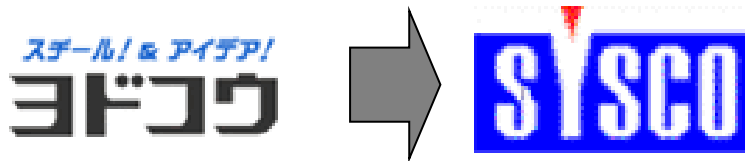


資金籌措管道多樣化

上市籌措到的資金  
用於擴充  
12吋晶圓之生產線

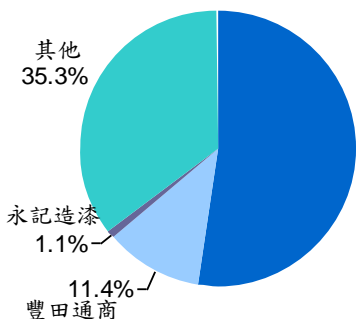
# 盛餘為達成提高知名度及以低成本籌措資金之目的，1997年在台灣證券交易所上市

## 盛餘 (セニュースチール)



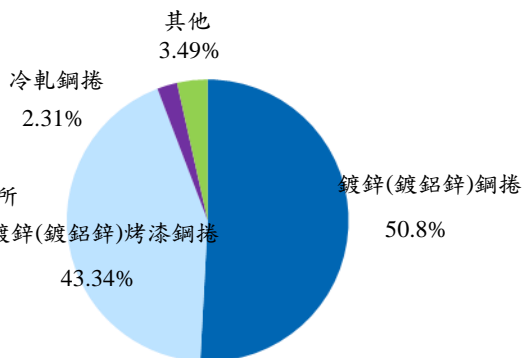
- 台灣證券交易所上市 (1997)
- 公司地點：高雄市
- 董事長和董事4人為日本人 (佔董事會的5/9=56%)
- 資本額：約32億新台幣(2012)
- 銷售額：約155億新台幣(2012)
- 年複合成長率CAGR：7% (08-12)
- PER：21.75 (2013Q2平均)

### 持股明細\*



\*2012年10月之數據

### 事業構成 (銷售比) \*



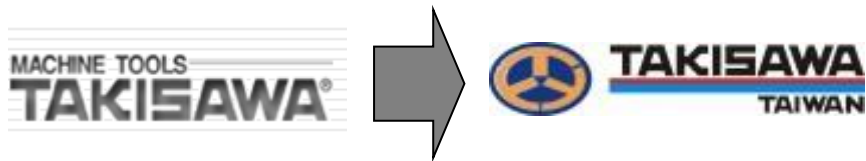
## 大事記

- 1973 設立**
  - 1973年、由台灣本地資本登記設立「盛餘股份有限公司」
- 1980s 外資化**
  - 1986年、CRA (澳洲) 出資、轉為合資企業 (49%)
  - 1987年、澁川製鋼所與東棉商社聯袂投資 (19%,17%)
    - 瞄準台灣國內的鋼鐵製品供給
    - CRA維持49%的持股、台灣資本減少15%
  - 1993年、澁川製鋼所買回CRA所持有之股權 (48%)、完全系列化
- 1997 上市**
  - 1997年、盛餘在台灣證券交易所上市
    - 出售約2800萬張股票、增資約5.6億新台幣
    - 因在台灣本地知名度上升的關係可較先前以較低的成本融資 (當時台灣的長期借款利率為8%)
  - 2007年、盛餘之原料供給商中國鋼鐵與澁川製鋼所交叉持股強化雙邊關係
  - 總公司澁川製鋼所的綜合收入有大約3成來自於盛餘之產出、盛餘成長為超越母公司之高收益企業
    - 投資約100億元、增強鍍鋅(鍍鋁鋅)烤漆鋼捲的生產能力
- 2009**

資料來源：根據各企業IR、公開資料等，NRI製作

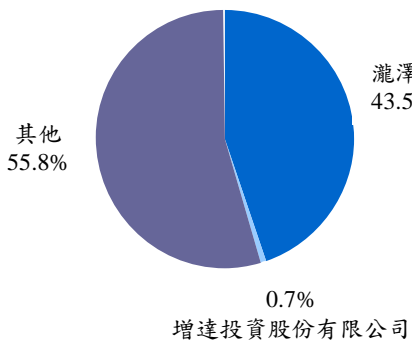
# 台灣瀧澤科技從1990年代自日本總公司獨立經營，2003年在台灣櫃檯買賣市場上櫃

## 台灣瀧澤科技

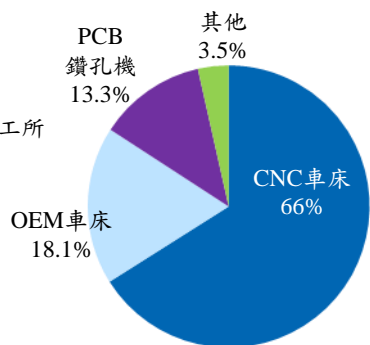


- 台灣櫃檯市場上市(2003)
- 資本額：約7.1億新台幣(2012)
- 公司地點：桃園縣
- 銷售額：約26億新台幣(2012)
- 董事長和董事2人為日本人
- PER：16.84 (2013Q2平均)
- (佔董事會的3/7=43%)

### 持股明細\*



### 事業構成 (銷售比) \*



\*2008年9月之數據

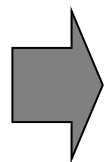
## 大事記

- 1971 設立**
  - 1971年、瀧澤鐵工所在台灣與當地企業合資設立「台灣瀧澤科技股份有限公司」
  - 設立目的為車床製造與販售
  - 在台灣銷售並外銷美國、歐洲、日本等地
- 1990s 自立化**
  - 1990年、岡山市的瀧澤總公司陷入經營危機、台灣瀧澤要求自主管理
  - 日本瀧澤的銷售減少到90年代的3分之1以下
  - 台灣瀧澤的銷售卻比90年代要成長了約5倍
  - 2002年、台灣瀧澤科技在中國上海設立生產子公司「上海瀧澤科技」
  - 台灣瀧澤獨資設立
  - 有利於台灣投資在中國市場開展
- 2003 上市**
  - 2003年、台灣證券市場上市、日本機床製造商首度在台灣股市公開上市
  - 出售約450萬股、增資新台幣7300萬
  - 強化品牌以達成順利融資之目的
- 2009**

資料來源：根據NRI內部訪談、各企業IR、公開資料等，NRI製作

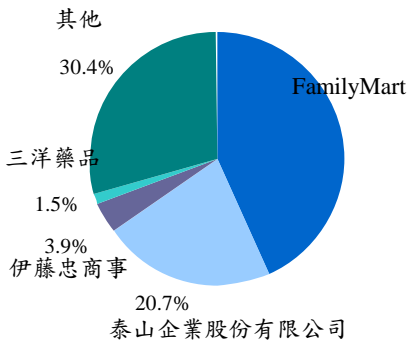
## 台灣Family Mart於2002年在台灣櫃檯買賣市場上櫃，開始加速拓展店鋪

### 全家便利商店（台灣FamilyMart）



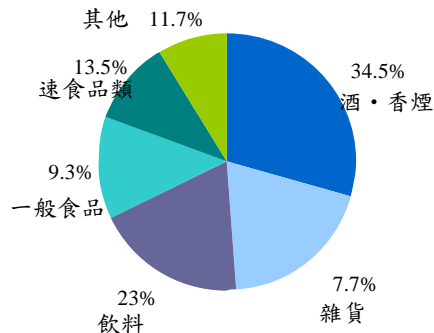
- 台灣櫃檯市場上市(2002)
- 公司地點：台北市
- 副董事長1人和董事2人為日本人(佔董事會的3/9=33%)
- 資本額：約22億新台幣(2012)
- 銷售額：約540億新台幣(2012)
- 年複合成長率CAGR：7.3% (08-12)
- PER：37.77 (2013Q2平均)

### 持股明細\*



\*2008年9月之數據

### 事業構成（銷售比）\*



### 大事記

1988

設立

- 1988年、「全家便利商店股份有限公司（台灣FamilyMart）」與台灣當地資本合資設立
- 台灣最大的國產汽車經銷商（51%）與伊藤忠商事（9%）共同出資設立FamilyMart（40%）

- 以連鎖加盟的方式擴大店鋪網、1990年100家店達成、2000年1000家店達成

2002

上市

- 2002年、台灣證券市場上市、作為日系便利超商企業之海外公司首度在台灣股市公開上市
- 出售1000萬股、增資2.5億新台幣
- FamilyMart和伊藤忠商事的持股比率從上市前的55%下降到49%

- 2007年、收購合併福客多（Nikomart）的157家優良門市，進一步擴大營業規模

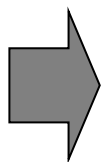
2013

- 2013年9月時總店鋪數達2856家、佔台灣便利商店的市佔第二名，市佔率為29%

資料來源：根據各企業IR、公開資料等，NRI製作

## 中興保全以提升知名度及開拓當地市場為主要目的，1993年在台灣證券交易所上市

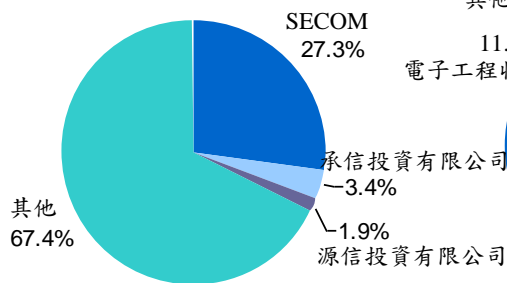
### 中興保全



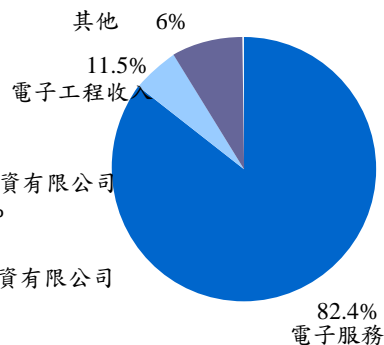
- 台灣證券交易所上市 (1993)
- 公司地點：台北市
- 常務董事2人、董事(總經理)1人為日本人(佔董事會的3/13=23%)

- 資本額：約44億新台幣(2012)
- 銷售額：約62億新台幣(2012)
- 年複合成長率CAGR：0.3%(08-12)
- PER：16.3(2013Q2平均)

#### 持股明細\*



#### 事業構成 (銷售比) \*



\*2012年9月之數據

### 大事記

- 1977 **設立**
- 1977年、「中興保全股份有限公司」是台灣國產實業集團的林孝信（現董事長）與SECOM（當時日本警備保障）合資設立、是台灣第一家保全公司
  - 保全業因列入負面表列而無法出資、只能以業務夥伴合作關係進入台灣市場
  - 故由負面表列外的階段再度出資
- 1993 **上市**
- 1993年、中興保全於台灣證券市場上市
  - 為使當地的知名度與信用能獲得提升、擴大個人導向之服務為主要目的
  - 資金調度是在韓國上市的其中一個原因、募集到的資金用以建設物流中心與培訓中心
  - 在投資、增資部分由於無法自日本取得資金、基本上只能透過台灣所得的收益進行再投資
- 2009 **多角化**
- 2009年初、在台灣保全業的市佔達到第一,簽約件數達10萬件（上市時約3萬件）、然而由於經濟衰退,有市場萎縮的傾向
  - 保險和醫療服務等事業領域仍擴大中
  - 由於和日本的SECOM有簽訂排他性的技術援助契約、相關技術不可流出台灣以外的地區、故如何提升其在台灣內的附加價值與朝多角化經營是必需考量的課題

# 目次

---

1 · 台灣產業結構對日本企業的重要性

2 · 台灣證券交易市場的概況

3 · 台灣證券交易所TDR發行概況



## 台灣證券交易市場的分類

### 台灣資本市場包含台灣證券交易所、OTC、Emerging Market等三種證券交易市場

- 一般而言，台灣上市流程上，需先申請在Emerging Market (EM)市場登錄後才能在OTC市場上市，待企業成長後，才透過台灣證券交易所(Main Board)進行轉換上市。
- 若要在OTC市場進行第一上市，必須經先由EM申請登錄，不過，已經滿足台灣證券交易所上市條件者，可直接上市。

Emerging Market  
(Xing Gui)

OTC  
(Gre Tai)

台灣證券交易所  
(TWSE)

營運主體:



相對位置  
(例):

- Green Sheet  
(日本證券業協會)

- 東證二部及東證Mothers之間
  - 未來將透過台灣證券交易所轉換上市，一般無法同時於二者上市

- 東證一部

上市企業數:  
(2013/10)

- 276家

- 646家

- 809家 (2012/12)

市價總額:  
(2013/10)

- 23B USD

- 71B USD

- 726B USD (2012/12)

年間總交易量:  
(2012)

- 5B USD

- 95B USD

- 688B USD

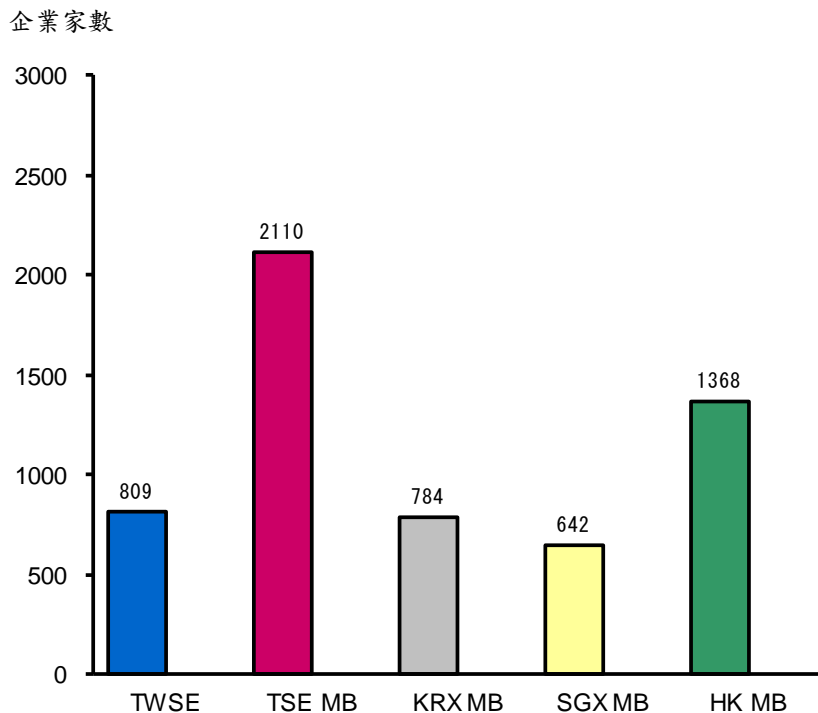


## 台灣證券交易所 (TWSE) 的概要

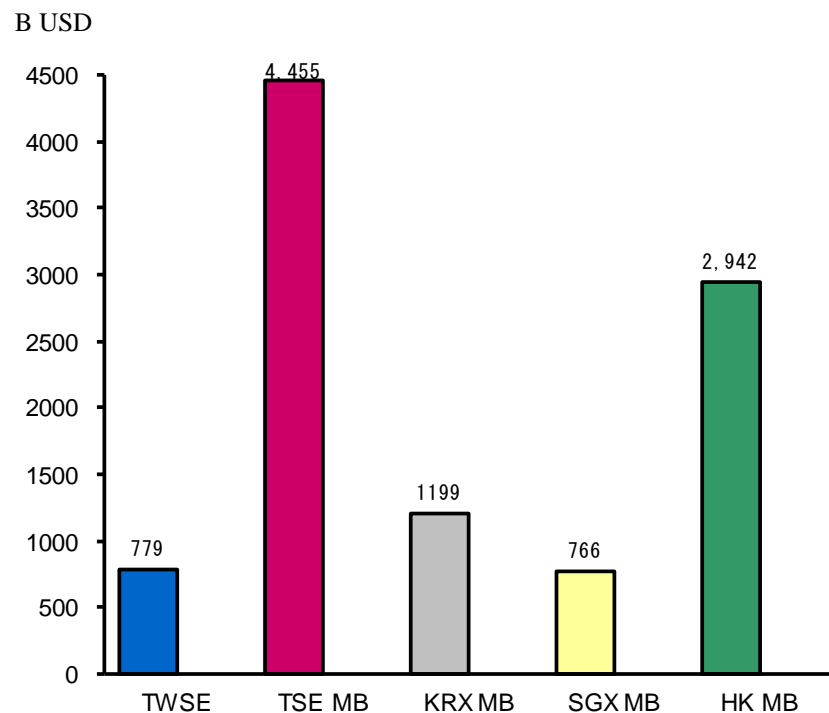
台灣證券交易所上市企業家數僅次於東京證交所、香港證交所，市價總額約與新加坡相同程度

■ 上市企業數及市價總額皆以東京證交所為最大，香港證交所次之。

### 上市企業家數 (2012)



### 市價總額 (2013Q3)



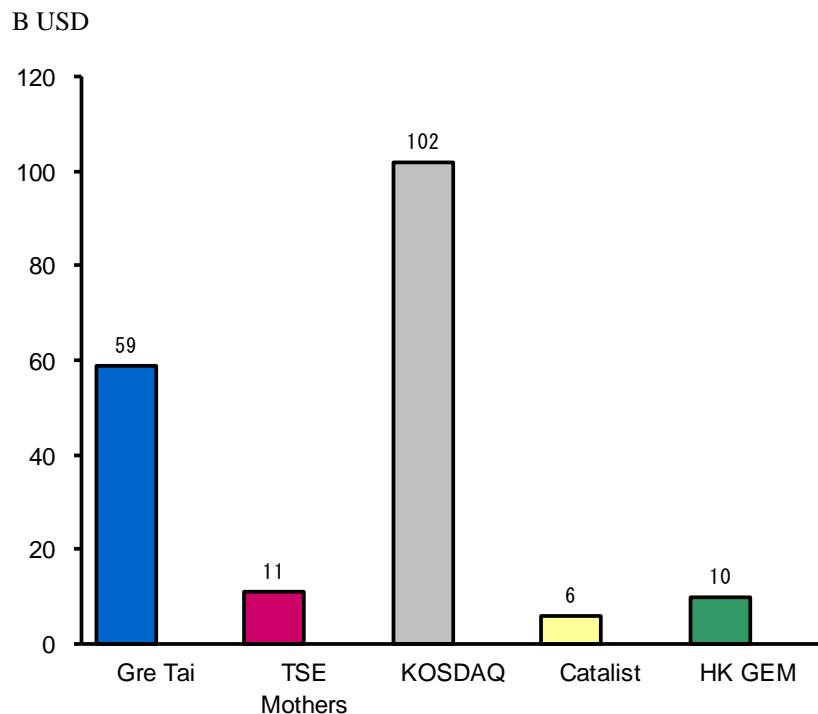
\*TWSE (台灣證券交易所)、TSE MB (東京證券交易所一部二部)、KRX MB (韓國證券交易所主板)、SGX MB (新加坡證券交易所主板)、HK MB (香港證券交易所主板)

## 亞洲主要新興市場的基本資料

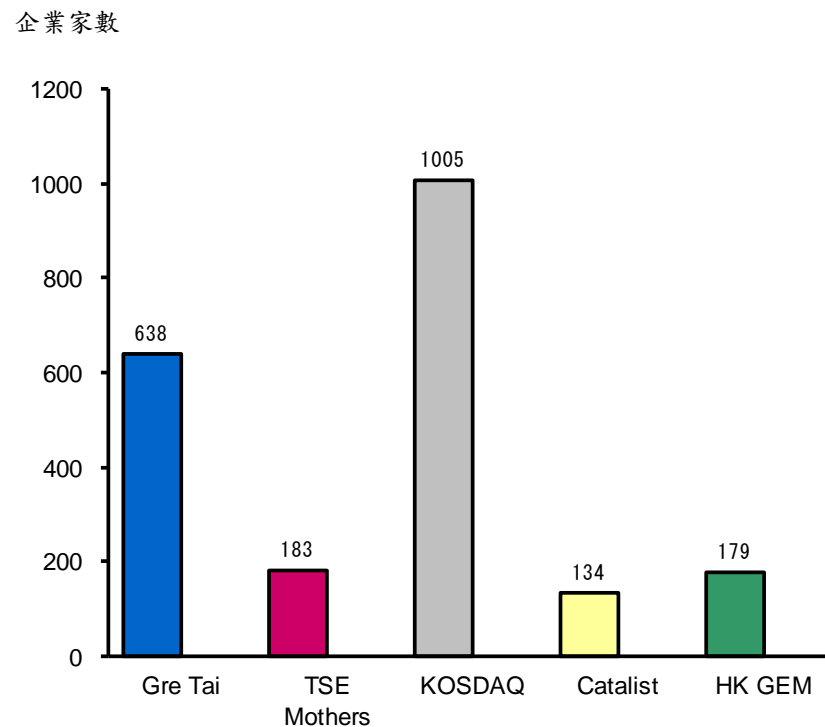
### 亞洲主要新興市場以韓國KOSDAQ的規模為最高，台灣櫃檯買賣市場(Gre Tai)次之

- 韓國KOSDAQ的市價總額、上市企業家數皆為競爭市場中規模最大。
- 台灣櫃檯買賣(Gre Tai)市場規模僅次於KOSDAQ，約與規模第三名的東證創業板(Mothers)有兩倍之差。

#### 市價總額 (2012)



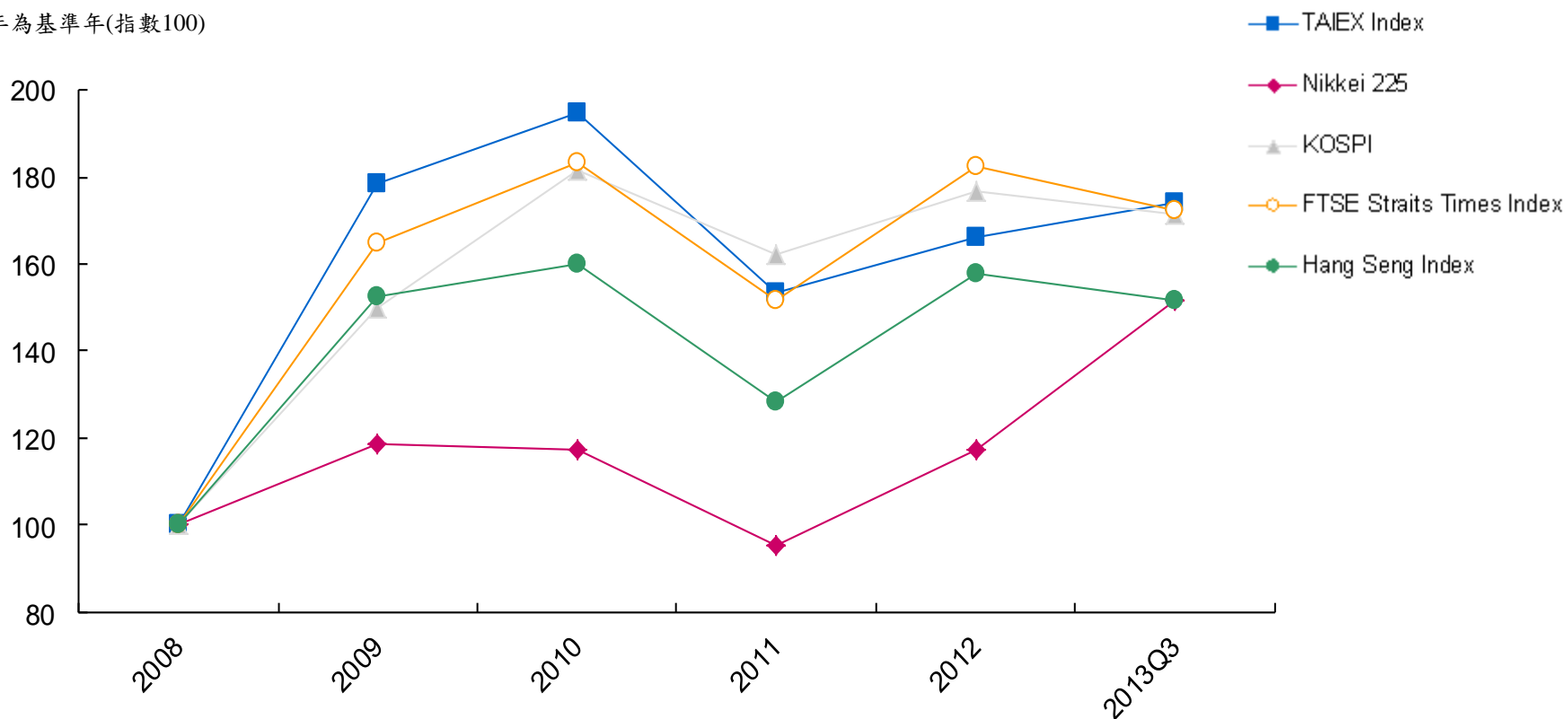
#### 上市企業家數 (2012)



## 台灣證券交易所之股價指數於金融危機後恢復最為迅速，表現相當優異

主要競爭市場股價指數的趨勢\*

以2008年為基準年(指數100)



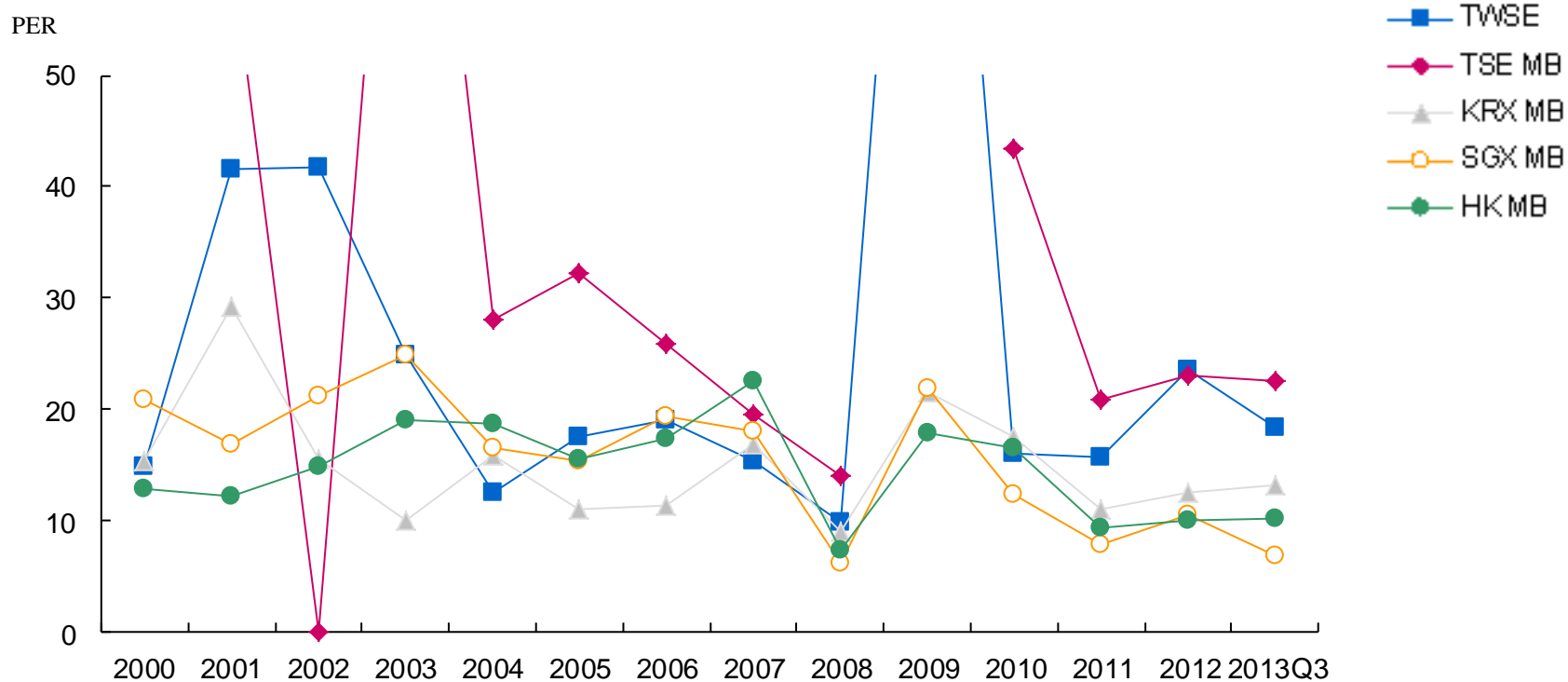
\*各年底的數據

資料來源：根據各證交所HP、Bloomberg、Yahoo Finance資料等，NRI製作

## 亞洲主要證券交易市場的比較

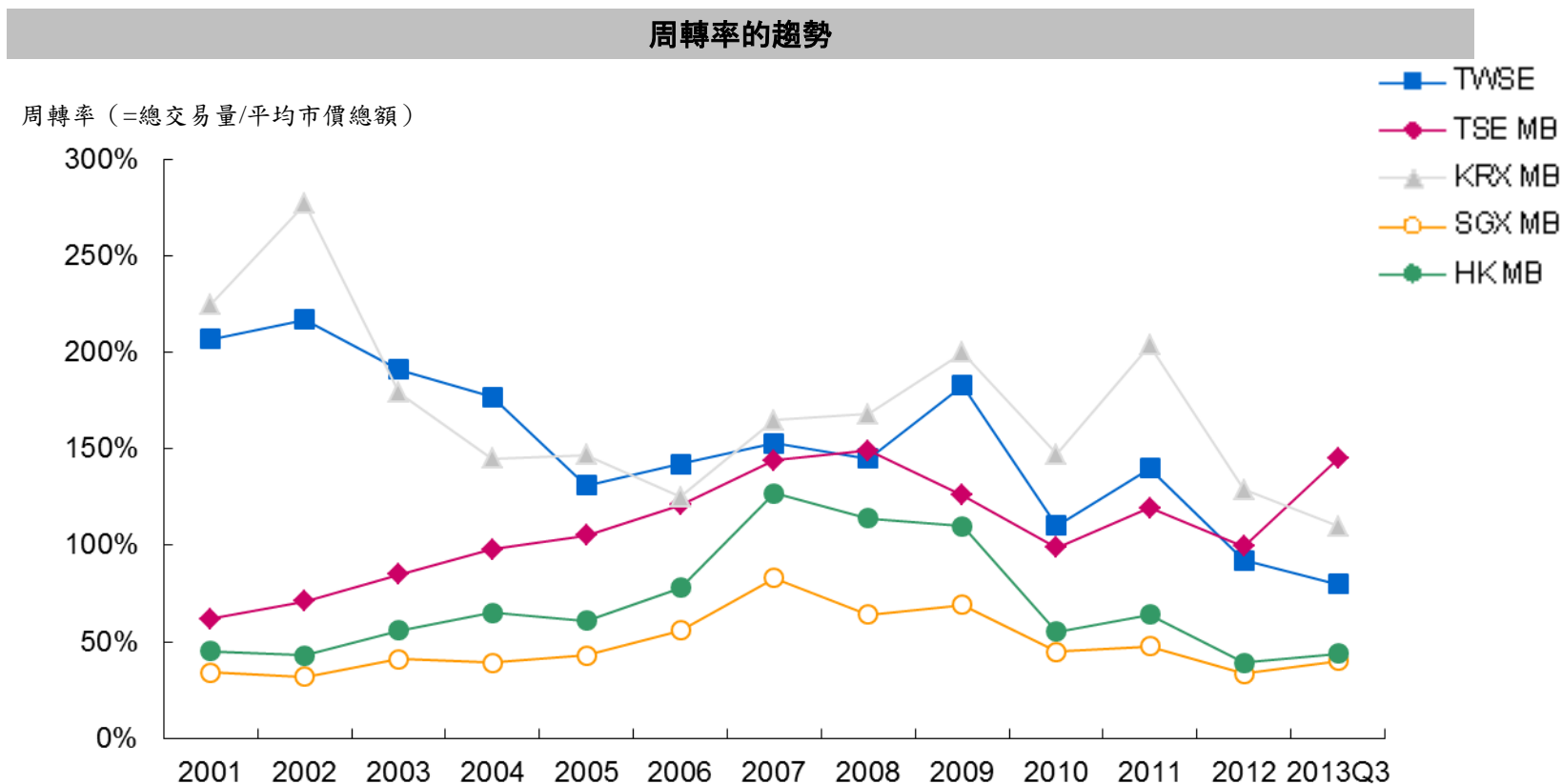
台灣證券交易所的本益比(PER)一直維持在較高的水準之上，  
且市場表現較東京證券交易所穩定

競合市場のPERの推移\*



## 台灣證券交易所的周轉率相對於其他市場高

■ 2011年之後，各國交易量同樣面臨減少的情況，周轉率普遍呈現較低的趨勢(除了今年度的日本以外)。

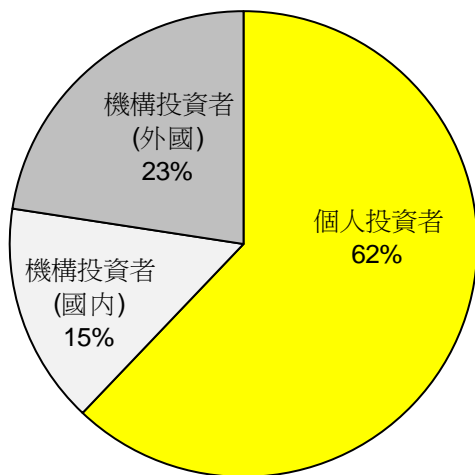


## 台灣市場表現優異的背景

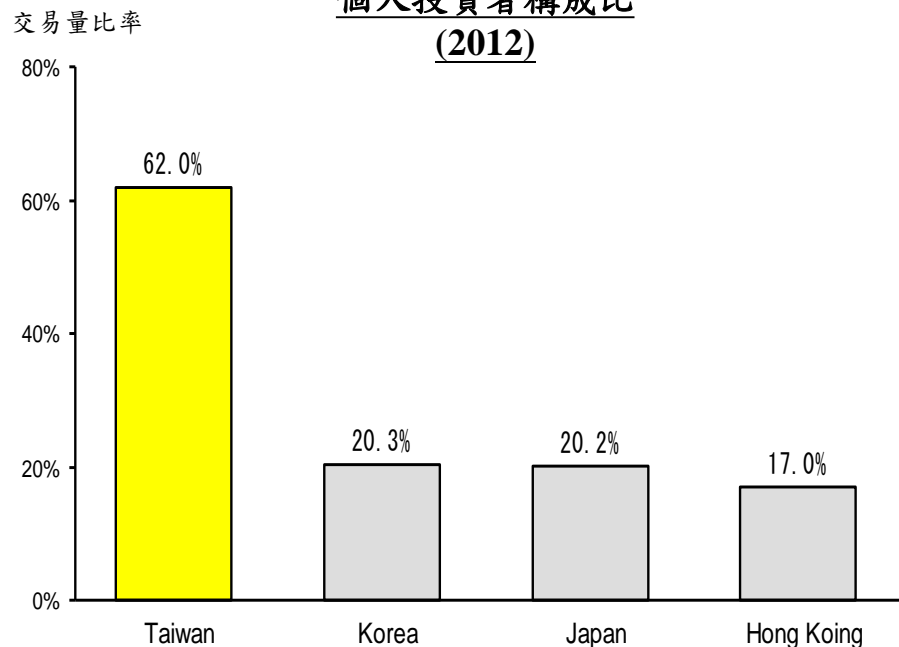
台灣證券交易所投資人主要以個人投資者(散戶)為主，因此對於提昇企業知名度等台灣市場經營戰略方針，具有相當可期的正面影響力

- 台灣證券市場周轉率高主要原因之一是個人投資者(散戶)較多，佔交易量約七成。
  - 來自外國投資者的投資亦成長快速，金融危機前(04-07年)年平均成長率約為31%。
  - 2009年政府降低遺產稅(最高50%→10%)，因此從海外回流的資本亦逐漸增加。
- 台灣的人均GNP因受到金融危機的影響，在2009年時雖呈現較低的情況，2010年以後年平均成長率約達3.8%的穩定成長，因此可以期待來自個人投資者的資金將有持續擴大的趨勢。

台灣證券市場投資人構成比  
(根據市場交易量)\*



亞洲主要證券交易所之國內  
個人投資者構成比  
(2012)



資料來源：根據TWSE(台灣證券交易所)2012年公開資料，NRI製作

資料來源：根據各證券交易所公開資料，NRI製作

台灣證券交易所IPO所需的成本，相較於亞洲其他證券交易市場便宜

各證交所上市成本之推算比較 (IPO)

費用項目		台灣證券交易所	東京證券交易所	香港主板	新加坡主板
上市 相關 費用	① 上市審查費	■ 證交所上市審查費50萬 NTD	■ 證交所上市審查費 420萬日圓 ■ 上市手續費105-1,575 萬日圓	■ 第一上市費15~65萬 HKD	■ 第一上市費10~20萬 SGD ■ 審查費2萬SGD
	② 承銷商輔導及 其他費用等*	■ 輔導費：約1,200-2,000 萬NTD ■ 其他：約1,400~2,050 萬NTD	■ 輔導費：約300~ 2,000萬日圓 ■ 其他：4,000~8,000 萬日圓	■ 輔導費：約560~1,470 萬HKD ■ 其他：1,200~2,000萬 HKD	■ 輔導費：約35~45萬 SGD ■ 其他：210~520萬SGD
	③ 證券商手續費	■ 籌措金額約 <b>2.5%</b> (特定)	■ 籌措金額約 <b>5~8%</b> (特定)	■ 籌措金額約 <b>2.5~ 3.5%</b> (特定)	■ 籌措金額約 <b>2.5~3%</b> (特 定)
第一上市相關費用 (①+②之合計費用、 不包含③)		■ 約2,650~4,100萬NTD (約8,500~13,000萬日圓)	■ 約 <b>5,000-12,000</b> 萬日圓	■ 約2,300~2,700萬HKD (約29,000~34,000萬日圓)	■ 約255~591萬SGD (約20,000~47,000萬日圓)
上市費(每年度收取)		■ 證交所：10~45萬NTD (約32~145萬日圓)	■ 證交所：100~479萬 日圓	■ 證交所：14.5~118.8萬 HKD (約180~1500萬日圓)	■ 證交所：2.5~10萬SGD (約200~800萬日圓)

\*其他費用為律師、會計師等專家費用、承銷費用等

\*\*匯率換算：1NTD=3.2JPY、1HKD=12.5JPY、1SGD=80JPY

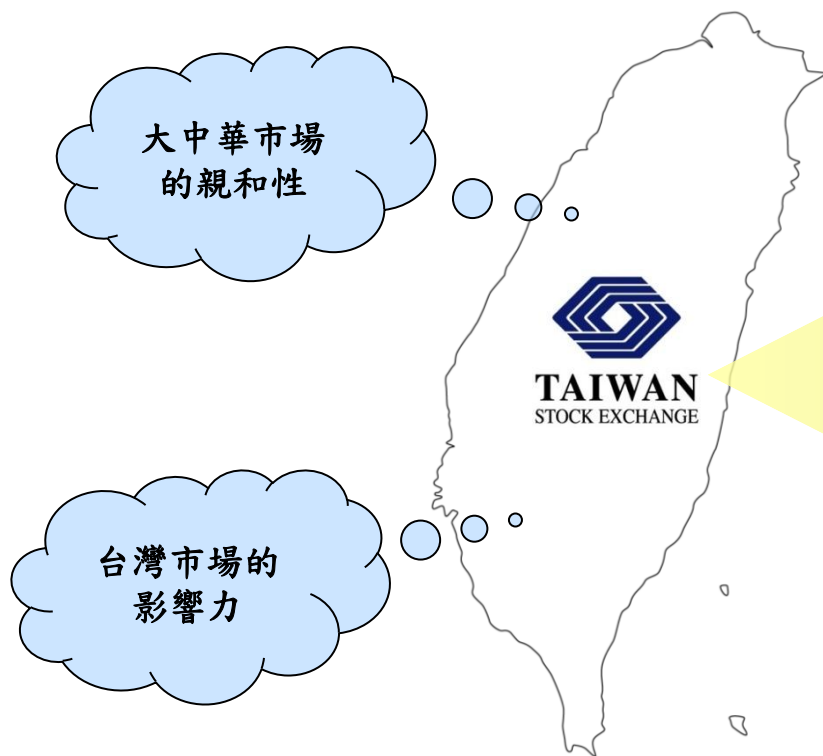
資料來源：根據各證交所、台灣證券交易所公開資料等，NRI製作

## 台灣證券交易所競爭市場的優勢

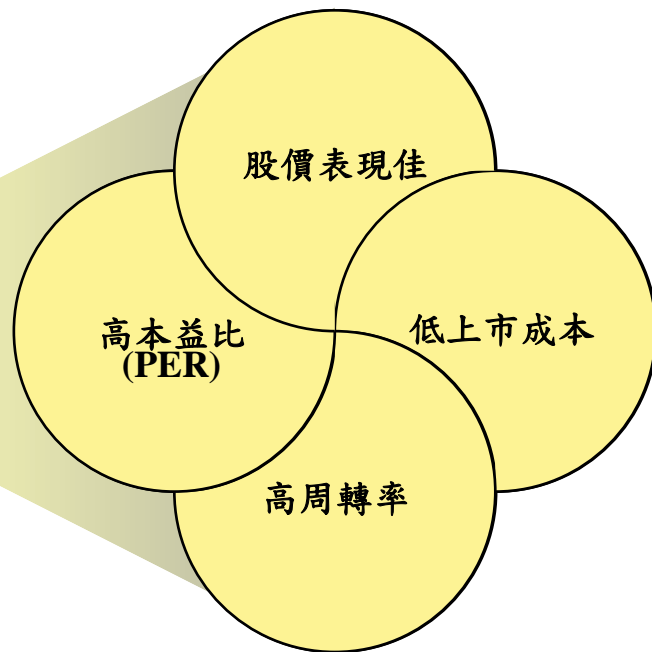
台灣證券交易所擁有對於中華圈的親和力及對台灣市場的影響力，此外，股價水準、本益比、周轉率、上市所需成本也都相較於其他市場具有優勢

- 台灣證券市場擁有許多在中國大陸等市場成功的企業，具備大中華市場的高親和性、個人投資者比例高(一般股票投資人居多)且對台灣市場的影響力高等特性。
- 針對台灣資本市場表現的優越性而言，其股價整體表現佳、具備本益比及周轉率高、上市成本低等特性。

### 台灣資本市場的特性

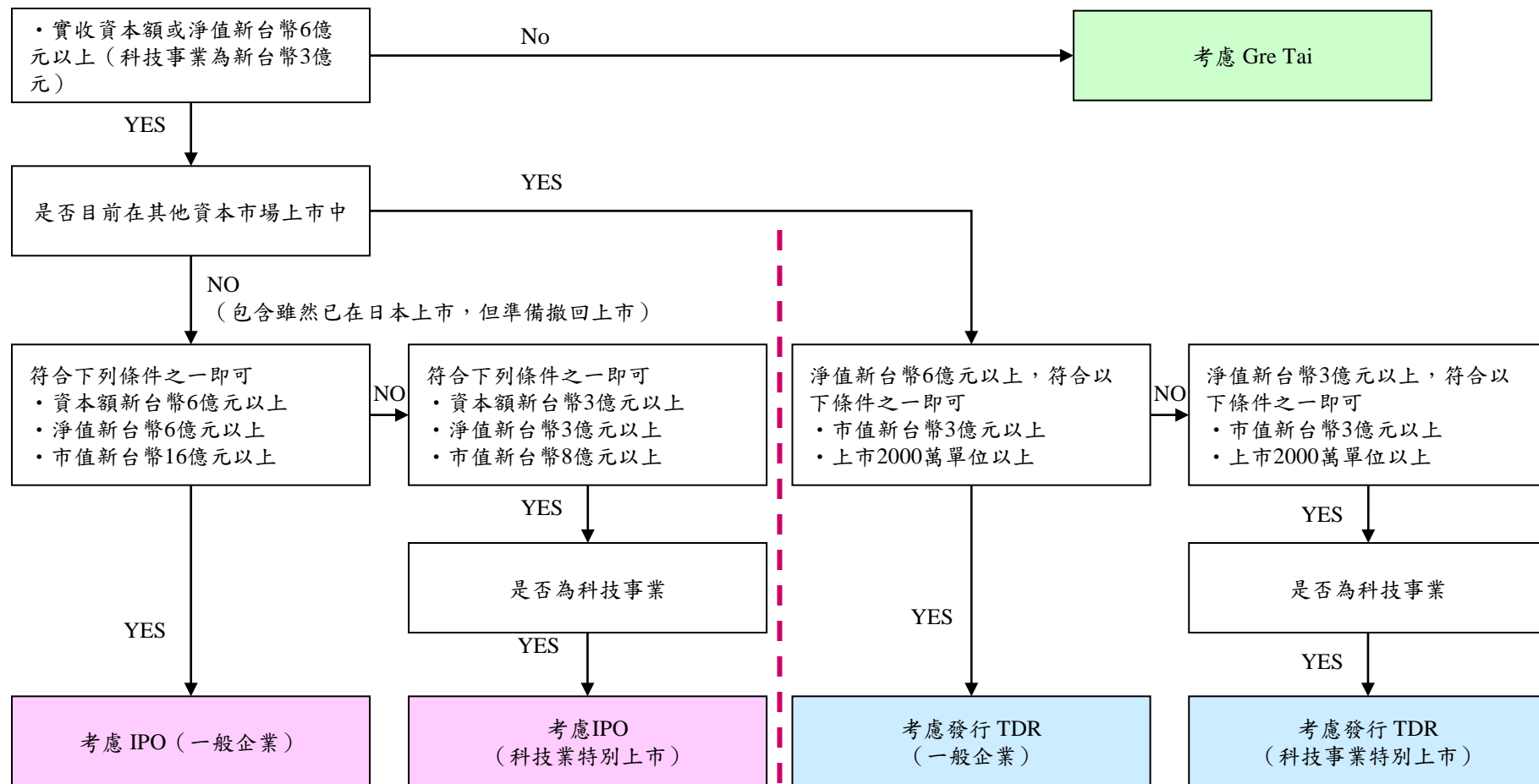


### TWSE的優越性





## 日本企業至台灣證券交易所上市之情境假設



注：上述IPO情境乃根據企業規模篩選，實際狀況可依照獲利能力、設立年限、股權數等其他作為基準。詳情請參考下一頁介紹

# 台灣證券交易所的上市基準

## 第一上市IPO（一般企業、科技業）

項目		IPO（一般企業）	IPO（科技事業）
上市審查		<ul style="list-style-type: none"> <li>主辦承銷商上市輔導滿6個月，或申請股票登錄為興櫃交易滿6個月                             <ul style="list-style-type: none"> <li>海外市場下市未滿半年的情況下、不適用上述基準</li> <li>如果股票已通過海外主要證券交易所或證券市場上市審查者，於通過該上市審查之有效期間內申請第一上市，則可縮短輔導期或登錄興櫃為不少於2個月即可</li> </ul> </li> <li>審查大約申請後8-12週時間</li> <li>承認後4-8週時間上市</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>須先取得台灣經濟部工業局、TWSE委託的專門認證機構同意</li> <li>主辦承銷商上市輔導滿6個月，或申請股票登錄為興櫃交易滿6個月                             <ul style="list-style-type: none"> <li>海外市場下市未滿半年的情況下、不適用上述基準</li> </ul> </li> <li>審查大約申請後8-12週時間</li> <li>承認後4-8週時間上市</li> </ul>
數值基準*	公司規模	符合下列條件之一即可 <ul style="list-style-type: none"> <li>實收資本額or淨值新台幣6億元以上</li> <li>上市市值新台幣16億元以上</li> </ul>	符合下列條件之一即可 <ul style="list-style-type: none"> <li>實收資本額or淨值新台幣3億元以上</li> <li>上市市值新台幣8億元以上</li> </ul>
	獲利能力	需滿足以下條件 <ul style="list-style-type: none"> <li>最近3年度的稅前淨利達新台幣2.5億元以上</li> <li>最近FY 1 年度的稅前淨額達新台幣1.2億元以上及無累積虧損</li> </ul>	需滿足以下條件 <ul style="list-style-type: none"> <li>財務報告之淨值(Owner Equity)為股本(Stock Capital)的2/3以上</li> <li>且需證明有足供上市掛牌後12個月的營運之營運資金</li> </ul>
	設立年限	<ul style="list-style-type: none"> <li>申請公司或其任一從屬公司應有3年以上業務紀錄</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>申請公司或係屬科技事業之從屬公司應有1個完整會計年度以上業務紀錄</li> </ul>
	股權分散	須滿足以下條件 <ul style="list-style-type: none"> <li>記名股東人數在1,000人以上</li> <li>流通在外股東人數500人以上                             <ul style="list-style-type: none"> <li>且其所持股份合計占發行股份總額20%以上或逾1,000萬股</li> </ul> </li> </ul>	須滿足以下條件 <ul style="list-style-type: none"> <li>記名股東人數在500人以上</li> <li>流通在外股份佔發行股份總額的20%以上或滿500萬股以上</li> </ul>
主辦承銷商		<ul style="list-style-type: none"> <li>選定1家主辦承銷商、再由包括主辦承銷商在內的2家以上證券承銷商書面推薦上市</li> <li>自上市掛牌日起至其後2個會計年度止，都必須繼續委任主辦承銷商協助遵循中華民國證券法令及上市契約等規章規範</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>選定1家主辦承銷商、再由包括主辦承銷商在內的2家以上證券承銷商書面推薦上市</li> <li>自上市掛牌日起至其最少3個會計年度止，都必須繼續委任主辦承銷商協助遵循中華民國證券法令及上市契約等規章規範</li> </ul>
會計基準		<ul style="list-style-type: none"> <li>台灣GAAP、IFRS、FASB</li> <li>適用台灣GAAP以外作成財務報告的情況下，台灣會計師需檢附與台灣GAAP之差異與意見報告</li> </ul>	
強制（株）集保對象		<ul style="list-style-type: none"> <li>董事、監查人10%以上持股股東</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>董事、監查人、5%以上持股股東、技術股東</li> </ul>
上市成本		<ul style="list-style-type: none"> <li>新規上市時：NTD12.5M+公募金額的2.5%</li> <li>一年間：NTD100,000-450,000</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新規上市時：NTD12.5M+公募金額的2.5%</li> <li>一年間：NTD100,000-450,000</li> <li>科技事業審查費：NTD540,000（對台灣經濟部工業局支付）</li> </ul>

注：EM：EmergingMarket約等同於日本的Green Sheet制度

\*包含2012年開始企業上市地不限於營運地之上市公司

資料來源：根據台灣證券交易所公開資料，NRI製作 34

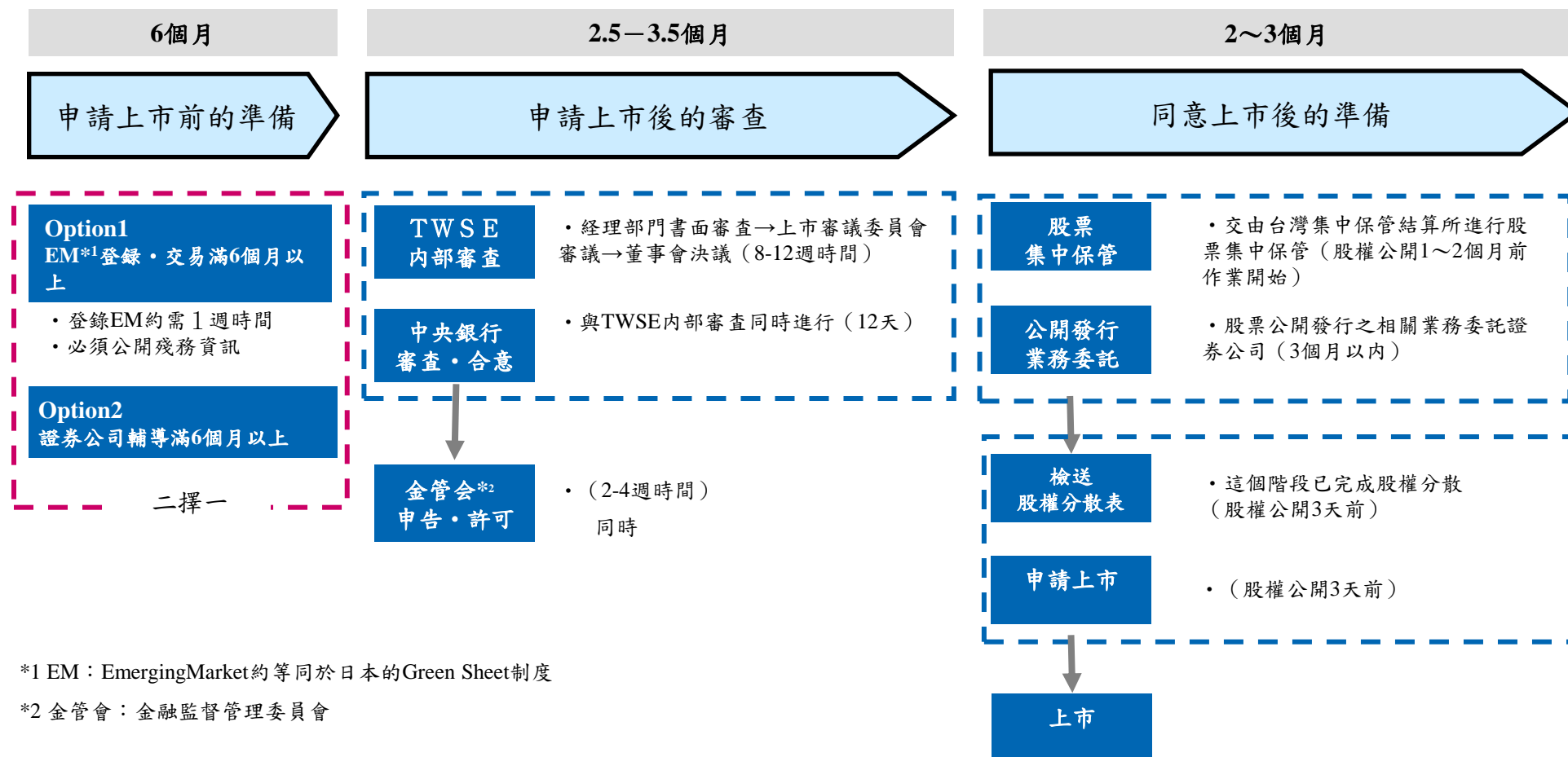
## 各競爭市場的制度概要

# 台灣Gre Tai以及Emerging Market上市櫃基準之概要介紹

項目 基準		Gre Tai	Xing Gui (Emerging Market)
上市審查		<ul style="list-style-type: none"> <li>申報上櫃輔導或於興櫃股票市場交易滿6個月</li> <li>審查為申請後大約8-12週時間 (TDR約2-4週時間)</li> <li>同意後大約4-8週時間上櫃 (TDR約4週時間開始公開、上櫃約需8-12週)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Gre Tai中心大約3天審查</li> <li>同意後大約6天開始Xing Gui買賣</li> </ul>
會計基準		台灣會計基準、IFRS、US GAAP	台灣會計基準、IFRS、US GAAP
數值 基準	株主資本	<ul style="list-style-type: none"> <li>業主權益總額達新台幣1億元以上 (科技事業之本國企業約半額)</li> <li>TDR為2億NTD以上</li> </ul>	無限制
	時價總額	無限制 (TDR上市2000萬單位以上or市值3億NTD)	無限制
	利益/売上	<ul style="list-style-type: none"> <li>最近1年度的稅前淨利達新台幣400萬元以上</li> <li>且佔業主權益比率符合下列標準之一                             <ul style="list-style-type: none"> <li>-最近FY達4%以上，且無累積虧損</li> <li>-最近FY2年度均達3%以上</li> <li>-最近FY2年度平均達3%以上，且最近1年度較前1年度為佳 (TDR必需無累積虧損)</li> </ul> </li> <li>-科技事業不在此限</li> </ul>	無限制
	事業活動年數	<ul style="list-style-type: none"> <li>公司設立登記滿2個完整會計年度</li> </ul>	無限制
	株主數	<ul style="list-style-type: none"> <li>公開持股人300人以上</li> <li>公開持股佔股份總額20%以上或1000萬股以上</li> </ul>	無限制
上市成本		新規上市時： <ul style="list-style-type: none"> <li>科技事業審查時、50,000 NTD</li> <li>外國企業審查約500,000 NTD</li> </ul> 一年間成本：上市股票面額合計約0.3B NTD時，0.04%、0.3-0.5B: 0.03%、0.5-1B: 0.02%、1-2B: 0.01%、2-3B: 0.005%、3B以上: 0.0025%	新規上市時：20000 NTD 一年間成本：上市股票面額合計約0.3B NTD時，0.02%、0.3-0.5B: 0.015%、0.5-1B: 0.01%、1-2B: 0.005%、2-3B: 0.0025%、3B以上: 0.00125% (最低5萬、最高22.5萬元)

資料來源：根據各證交所、證券暨期貨法令判解查詢系統、Deloitte等公開資料，NRI製作

## 第一上市的情況，大約需時10~12個月就可以上市



\*1 EM：EmergingMarket約等同於日本的Green Sheet制度

\*2 金管會：金融監督管理委員會

# 目次

---

1 · 台灣產業結構對日本企業的重要性

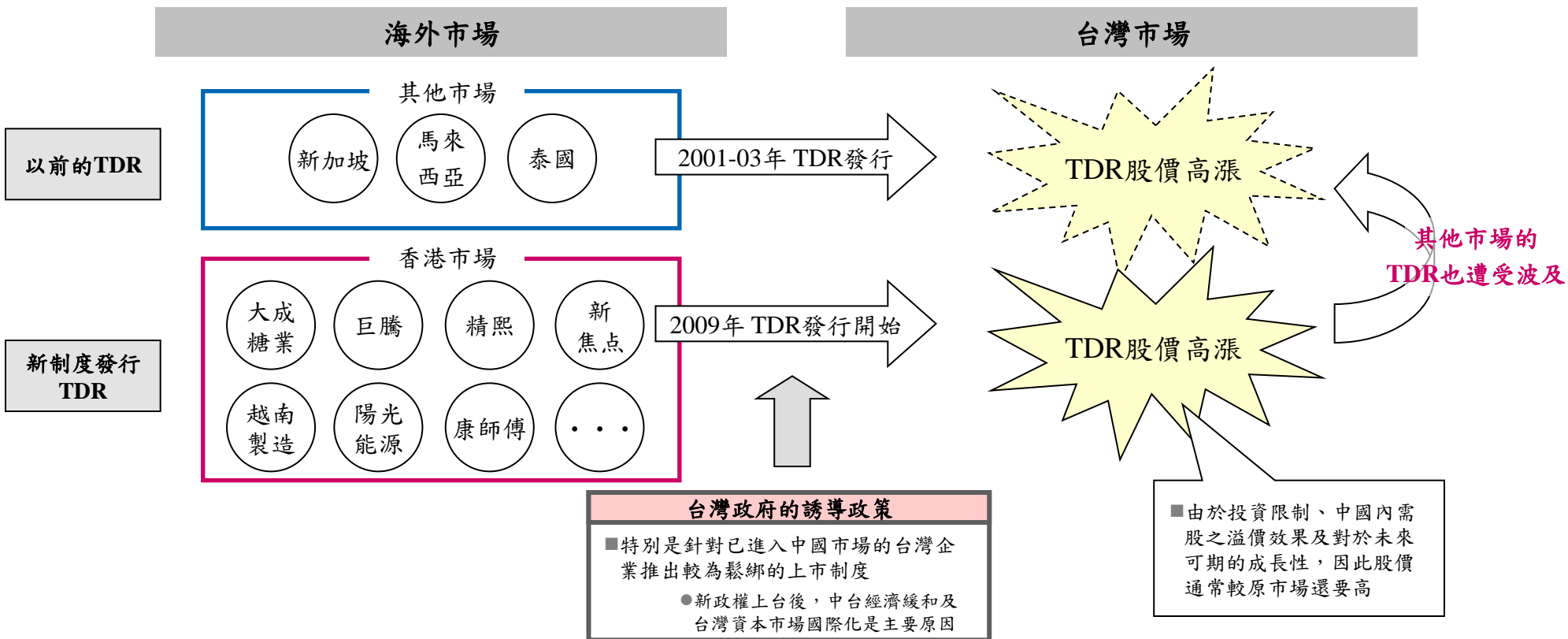
2 · 台灣證券交易市場的概況

3 · 台灣證券交易所TDR發行概況

## 在台灣廣受好評的TDR

# 隨著中國內需股之投資需求高漲的帶動，台灣存託憑證(TDR)亦廣受歡迎

- 台灣新政權上台後，中台經濟緩和且台灣資本市場朝國際化方向前進，台灣政府開始積極促進海外台灣企業回台上市。
- 許多活躍於中國市場的台灣企業回台上市，台灣投資者可投資中國內需股，新制度發行的TDR因此廣受歡迎。
  - 2009年於香港市場上市的台灣企業為中心來台上市發行TDR，之後以東南亞企業發行TDR的數量增加。
  - 過去，台灣投資者對中國市場的投資遭受到許多嚴格的限制，對中國投資比重高的企業來台上市也受到相當多阻礙。



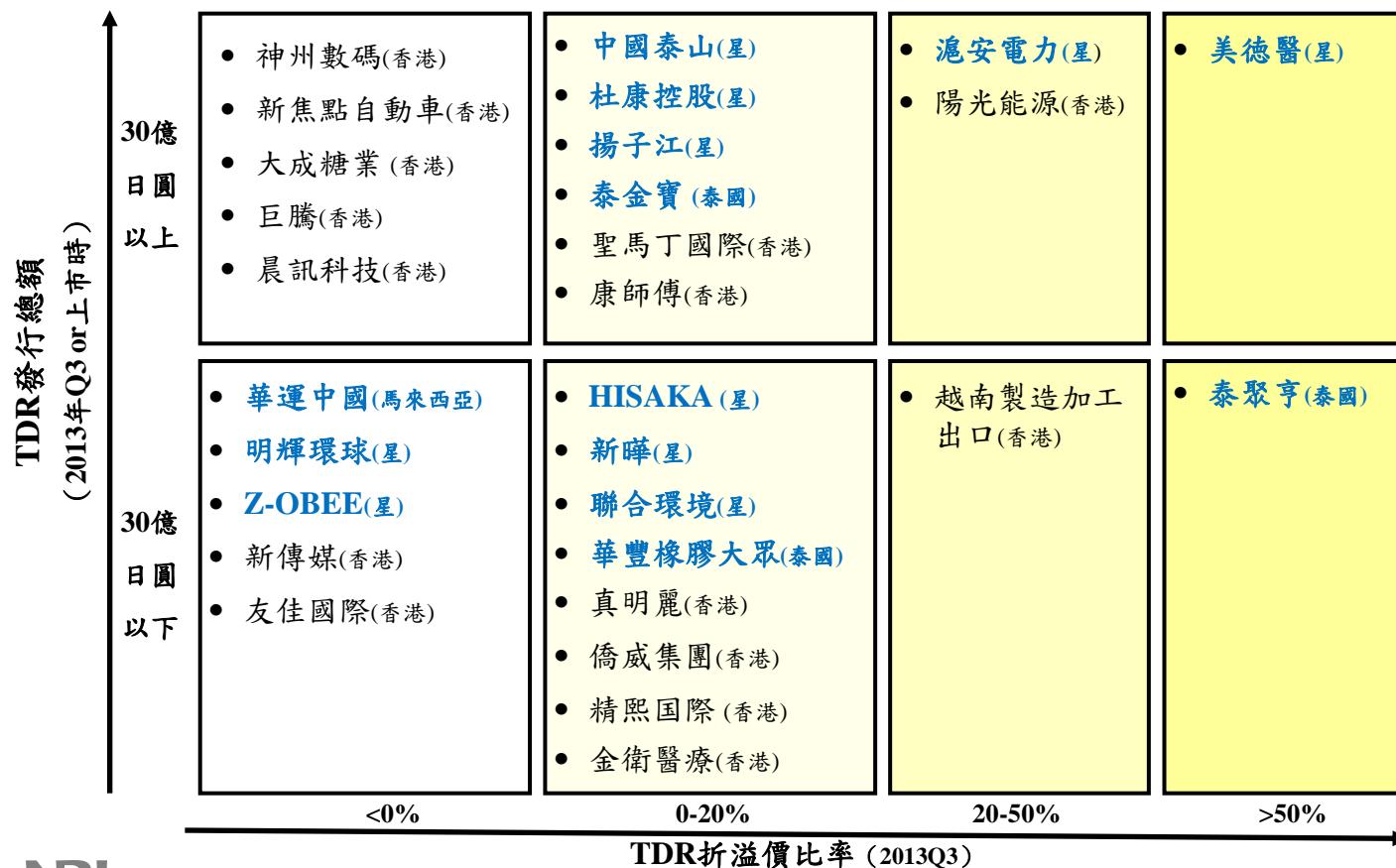
## TDR的折溢價

為了維持溢價因而限制TDR的流動性，所以股價大多數都比原始上市市場還高

■目前發行TDR的29家企業中，有19家企業的股價高於原發行市場，而除了返台上市企業以外，14家其他亞洲市場(標註藍色字體)的企業中，約達11家具有溢價效果。

■TDR股價較原市場價格高之溢價比率，其平均約達8%，其中更有約有5家企業的溢價比率高達20%以上。

TDR折溢價比率的分布狀況 (2013Q3)



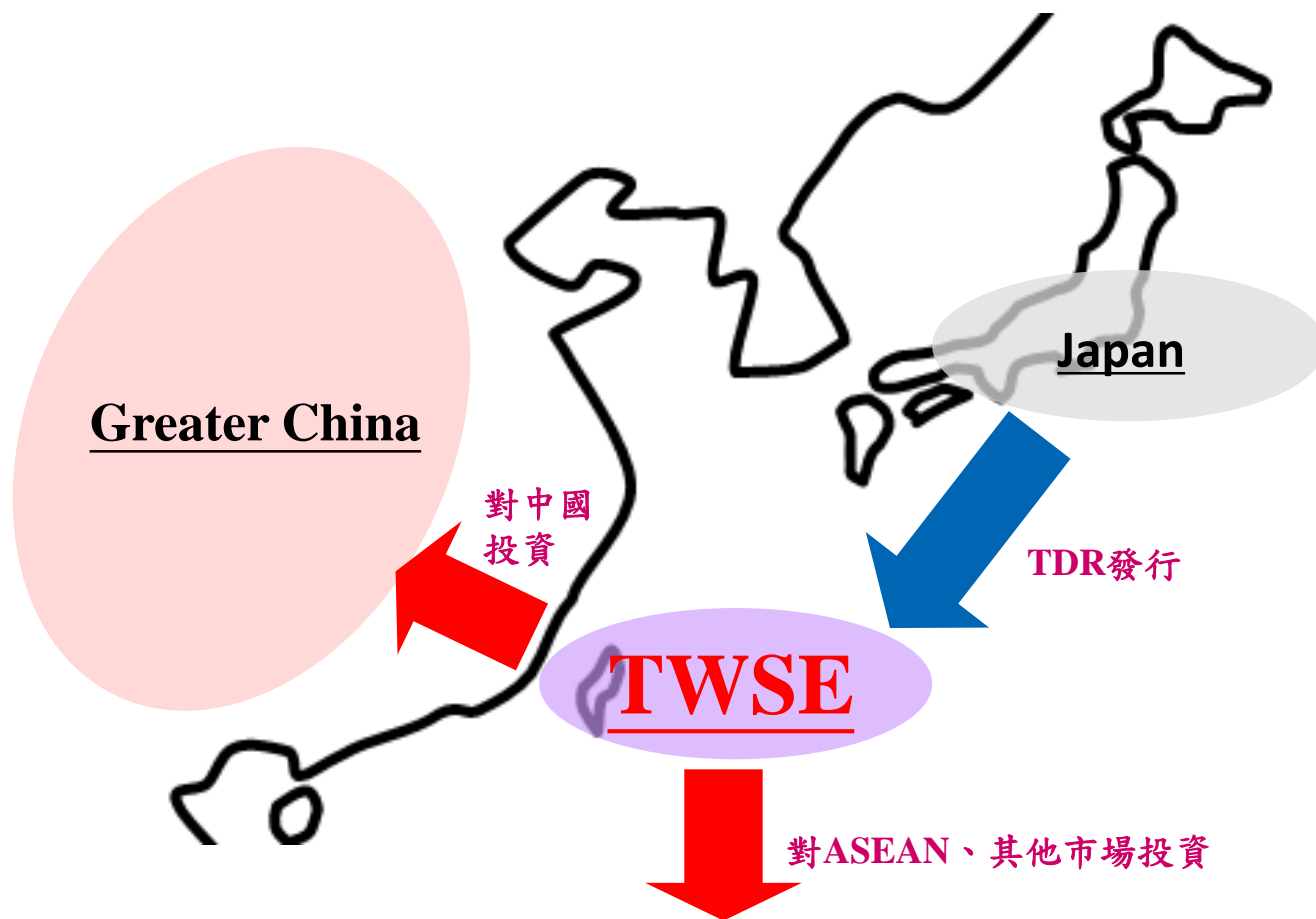
## TDR溢價的原因

- TDR股票轉換的限制
  - 當原股票價格較低的情況下，可從TDR轉換為原股票
  - 不可從原股票直接轉換為TDR
- 台灣TDR流通量的規定
  - TDR發行不可超過原股票約1-20%，台灣市場有流通量的限制
- 對海外投資的溢價效果
  - 針對東南亞等純外資企業，TDR較其他一般海外投資方式受到多數青睞(平均溢價比率約13%)

發行TDR以擴大投資亞洲市場

發行TDR所籌措的資金可以在台灣以外的市場進行投資運用，  
企業可期待將投資資金活用於投資亞洲市場

- 2008年8月修法，廢除外國企業來台籌措資金直接或間接投資中國大陸時的限制。
- 除了投資台灣以外，針對大中華市場、ASEAN投資為目的，而活用台灣市場進行資金籌措是有機會的。



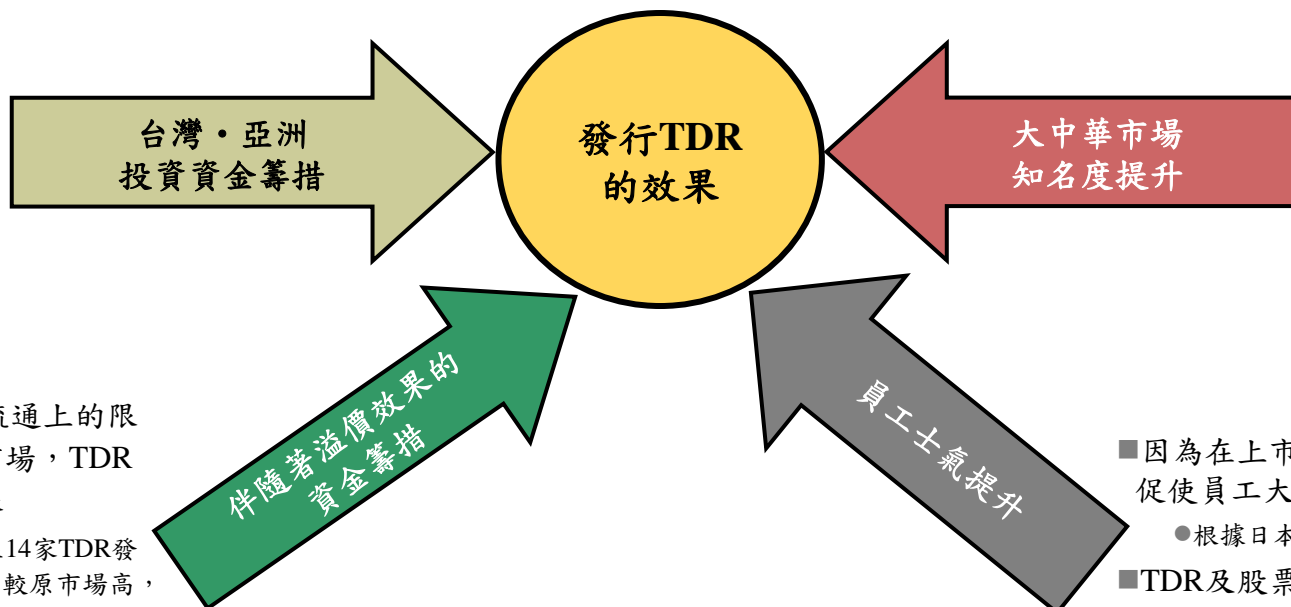


## 發行TDR的效果

# 企業發行TDR可望達成取得海外投資資金、創造高本益比的資金籌措、 提昇在大中華市場的知名度及員工士氣等具體效果

- 資金籌措以自由進出海外市場，除了籌措在台灣的投資資金，亦可活用於以展開海外事業為目的之資金籌措運用。
- 企業發行TDR的溢價效果可達20%以上，相較於日本有較好的條件可進行資金籌措。
- 由於大中華地區證券市場的一體性及透過中文之資訊流通，在台灣市場及中華圈市場都可以達到提高知名度的效果。
- 來台上市可提升在台當地子公司員工之忠誠度，而股票選擇權之買賣也可以變得較為容易，因此可大為提升員工士氣。

- 由於放鬆相關限制，可包含中國市場在內，不受限制地進行海外市場資金籌措
- 來台投資資金可在當地市場直接進行資金籌措



- 因簽署金融MOU之QDII等台灣投資限制之趨緩，中國人也開始對於台灣的投資標的有更進一步的認識
- 利用中文進行資訊流通手段逐漸增加，在大中華市場上的知名度也漸漸提升

- 因海外投資熱潮及TDR流通上的限制，相較於股票原上市市場，TDR股價較高，產生溢價效果
  - 除了返台上市企業外，在14家TDR發行企業中，就有11家股價較原市場高，平均溢價幅度約為13%

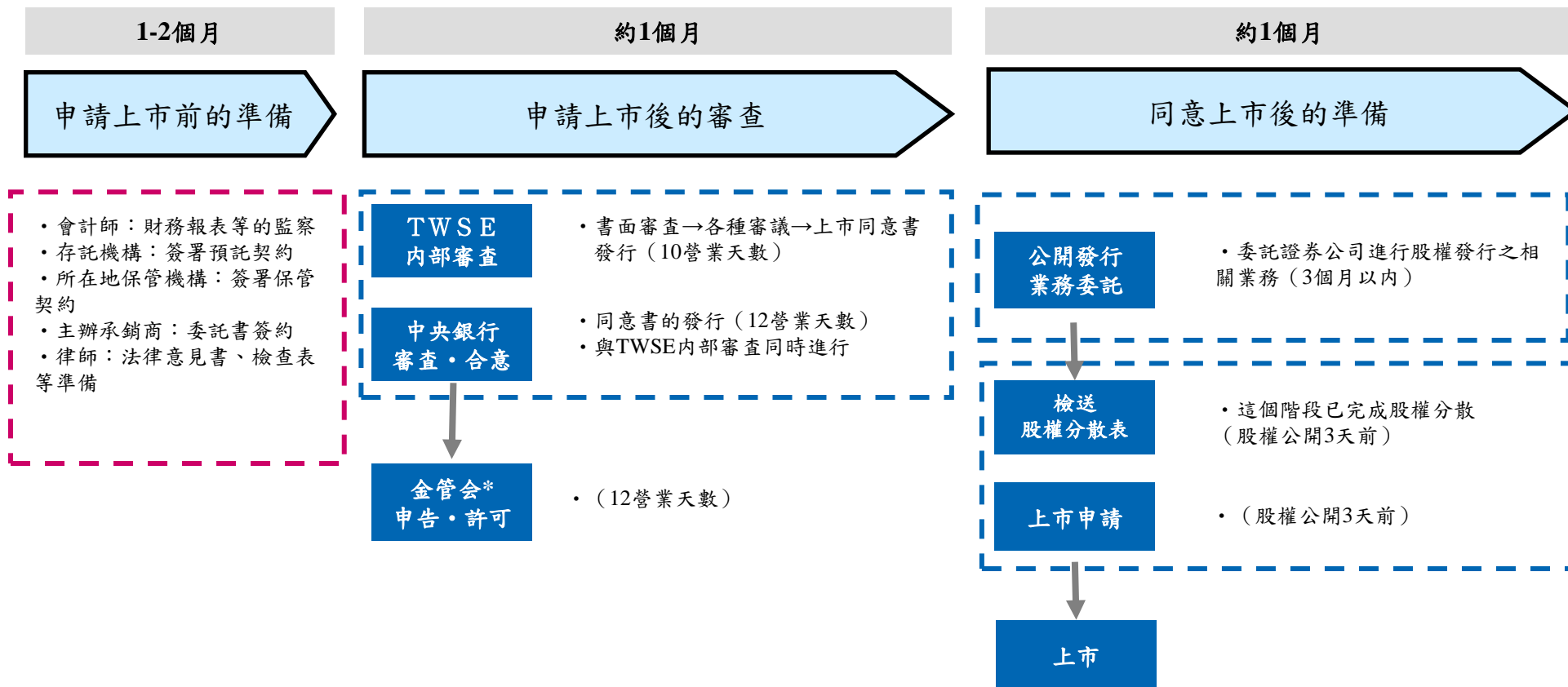
- 因為在上市企業中工作的狀態，促使員工大幅提升忠誠度
  - 根據日本企業在台子公司上市經驗
- TDR及股票選擇權之活用
  - 對於中國籍員工具有一定程度的制約效果

## TDR重複上市（一般企業、科技業）

項目		TDR重複上市（一般企業）	TDR重複上市（科技事業）
上市審查		<ul style="list-style-type: none"> <li>審查大約2-4週時間</li> <li>上市準備大約8-12週後</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>須先取得台灣經濟部工業局、TWSE委託的專門認證機構同意</li> <li>審查大約2-4週時間</li> <li>上市準備大約8-12週後</li> </ul>
數值基準	公司規模	符合下列條件之一即可 <ul style="list-style-type: none"> <li>市值新台幣3億元以上</li> <li>上市2000萬單位以上</li> </ul> 或滿足以下條件 <ul style="list-style-type: none"> <li>資本額或淨值新台幣6億元以上</li> </ul>	符合下列條件之一即可 <ul style="list-style-type: none"> <li>市值新台幣3億元以上</li> <li>上市2000萬單位以上</li> </ul> 或滿足以下條件 <ul style="list-style-type: none"> <li>資本額或淨值新台幣3億元以上</li> </ul>
	獲利能力	最近FY 1年無累積虧損 符合下列條件之一即可 <ul style="list-style-type: none"> <li>最近1年度稅前淨利/淨值達6%以上</li> <li>最近2年度各年度的稅前利益/淨值達3%以上、or平均稅前利益/淨值達3%以上，且最近一年度之獲利能力較前一年度為佳</li> <li>最近2年度各年度的稅前利益均達新台幣2億5000萬元以上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>最近FY 1年無累積虧損</li> </ul>
	設立年限	<ul style="list-style-type: none"> <li>必須在海外上市</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>必須在海外上市</li> </ul>
	股權分散	<ul style="list-style-type: none"> <li>國內TDR持有人or公開持有人1000人以上</li> <li>其所持單位合計占發行單位總額20%以上、或滿1000萬單位以上</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>國內TDR持有人or公開持有人1000人以上</li> <li>其所持單位合計占發行單位總額20%以上、或滿1000萬單位以上</li> </ul>
會計基準		TDR並無特別規定會計基準，台灣會計師需提出就TW GAAP所適用之差異等意見報告及監察報告	
主辦承銷商		<ul style="list-style-type: none"> <li>主辦承銷商之推薦</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>主辦承銷商之推薦</li> </ul>
強制（股票）集中保管對象		<ul style="list-style-type: none"> <li>無</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>無</li> </ul>
上市成本（參考）		<ul style="list-style-type: none"> <li>新規上市時：證交所審查費30萬NTD、證券公司手續費約為籌措金額的2.5%、輔導費用約800萬元</li> <li>一年間：新台幣5-45萬元</li> </ul>	

# TDR上市手續

## TDR第二上市的情況，大約需時3~4個月就可以上市



\* 金管會：金融監督管理委員會

## 聯絡窗口

---

台灣野村總研諮詢顧問股份有限公司  
目片芽輝

台灣台北市敦化北路168號 10F-F 室  
TEL：+886-2-2718-7620 (Ext.132)

e-mail：m-mekata@nri.co.jp

Company web site： <http://www.nri.com.tw/jp/index.php>

**NRI**

未来創発

**Dream up the future.**